

Versterken van economische en maatschappelijke functies

Plan van aanpak leegstand

Gemeente Nijmegen | December 2024

Inhoud

Samenvatting	2
1. Inleiding	3
1.1 Aanleiding.....	3
1.2 Doel en samenhang.....	3
1.3 Opbouw en leeswijzer	4
2. Versterking van functies in de binnenstad	5
3. Versterking van functies in buurt- en wijkwinkelcentra	12
4. Versterking van functies in gemeentelijk vastgoed	14
Bijlages	17
Bijlage 1: Achtergrondinformatie leegstand in Nijmegen	18
Bijlage 2: Vastgoed in Kaart	22
Bijlage 3: Onderzoek Economische versterking van de Nijmeegse binnenstad, Stec Groep, 2024	27

Samenvatting

Dit plan van aanpak beschrijft hoe we de komende jaren economische en maatschappelijke functies in de binnenstad, buurt- en wijkwinkelcentra en gemeentelijk vastgoed gaan versterken. Hierbij nemen we leegstaande panden als uitgangspunt. Het plan van aanpak geeft aan waar we kunnen sturen op functies en waar we bestaande structuren kunnen versterken. Het gaat om de volgende soorten plekken en met de daarbij behorende acties:

De binnenstad

Verleidende aanpak & klimaat voor startende ondernemers en formules:

1. Betere kwalitatieve match tussen vraag- en aanbod naar winkelvastgoed
2. We bekijken mogelijkheden voor acquisitie
3. We continueren 'Win je eigen Winkel' in een andere vorm
4. Verbreden mogelijkheden van een startersplatform
5. Met Hartje Nijmegen en Koers voor de Binnenstad gaan we door met het verbeteren van de verblijfskwaliteit en het ondernemersklimaat in de binnenstad

Creatief omgaan met functies op verdiepingen: wonen & werken:

6. Beter benutten woningvoorraad op verdiepingen
7. Multifunctioneler gebruik van verdiepingen voor kantoren

Borging van een economische functies in de plint:

8. Sturing op invulling van functies in de plint
9. Betere samenwerking met vastgoedpartijen
10. Actualiseren horecabeleid voor de binnenstad

Stimuleren van kantorenfunctie in de binnenstad:

11. We maken ruimtelijke keuzes gericht op versterken kantorenfunctie

Buurt- en wijkwinkelcentra

Ruimte voor lichte bedrijfsactiviteiten in buurt- en wijkwinkelcentra:

12. We maken structuurversterkende keuzes in buurt- en wijkwinkelcentra

Betere horecamogelijkheden in buurt- en wijkwinkelcentra:

13. Verbeteren mogelijkheden voor horeca in buurt- en wijkwinkelcentra

Gemeentelijk vastgoed

Onderzoek naar het anders inzetten van gemeentelijk vastgoed in leegstandsbeheer:

14. Scan en onderzoek in samenwerking met zorgpartijen naar het verruimen van mogelijkheden voor het huisvesten van aandachtsgroepen in gemeentelijk vastgoed
15. Onderzoek naar het huisvesten van meer oppassers in gemeentelijk vastgoed
16. Onderzoek naar mogelijkheden voor meer sturing op culturele invulling bij leegstandsbeheer

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

In februari 2024 is de [Notitie Leegstand](#) besproken in de gemeenteraad. In de notitie wordt in beeld gebracht hoe leegstand in verschillende panden (woningen, kantoren/winkels en gemeentelijk vastgoed) in Nijmegen eruitziet. De bespreking van deze notitie gaf de raad aanleiding tot het indienen van vier moties over leegstand in verschillende soorten panden:

- In de binnenstad: de raad heeft het college opgeroepen om een plan van aanpak te presenteren dat mogelijkheden in kaart brengt om langdurig leegstaande winkelpanden om te zetten in woonruimte of andere functies die de sociale cohesie bevorderen ([Kleine ingreep voor ons, wereld van verschil voor hen](#) en [Meer dan de som der delen](#)).
- In buurt- en wijkwinkelcentra: de raad heeft het college opgeroepen om met prioriteit in te zetten op leegstand in buurt- en wijkwinkelcentra ten behoeve van cohesie ([Zet wijken niet in de uitverkoop](#)).
- In gemeentelijk vastgoed: de raad heeft het college opgeroepen om een plan van aanpak te presenteren dat mogelijkheden in kaart brengt om leegstaande gemeentelijke panden in te zetten voor woon- of maatschappelijke functies, met, in het geval van wonen, speciale focus op aandachtsgroepen ([Verandering begint niet altijd bij jezelf, maar nu wel](#)).

In maart 2024 werd de gebiedsvisie [Koers voor de Binnenstad](#) besproken in de gemeenteraad. Hier werden, naast andere, twee moties ingediend die aansluiten bij de invulling van functies in de binnenstad:

- Het college wordt opgeroepen om openbare en economische functies mogelijk te maken om andere niveaus dan alleen het maaiveld, en bij ontwikkeling van de binnenstad uit te gaan van zoveel mogelijk meervoudig ruimtegebruik ([De verticale stad](#)).
- De raad heeft college opgeroepen om met een structurele aanpak nieuwe initiatieven (nationale en internationale retail- en horecaformules, en andere functies dan horeca, retail en wonen) naar de binnenstad te halen en daarbij ruimte te geven aan formules met middelgroot vloeroppervlak ([Nieuwe initiatieven](#)).

Vanwege de ruimtelijke en inhoudelijke raakvlakken met de eerste set moties over leegstand in de binnenstad, is besloten 'De verticale stad' en 'Nieuwe initiatieven' op te nemen in hetzelfde plan van aanpak.

In dit stuk wordt aangegeven hoe de oproepen in de moties zijn verkend en welke acties uit deze verkenning naar voren komen. Vier van de zes moties richten zich op de binnenstad. We hebben Stec Groep onderzoek laten uitvoeren naar de economische versterking van de Nijmeegse binnenstad, waarmee de aanpak voor de binnenstad in de breedte van de moties wordt opgepakt. Wat betreft buurt- en wijkwinkelcentra en gemeentelijk vastgoed, hebben we gekeken naar hoe we bestaande acties kunnen versterken, en waar we een nieuwe impulsen moeten geven.

In dit plan van aanpak staat de functie van ruimte centraal en worden aanbevelingen gegeven hoe dit kan worden versterkt. De hoofdboodschap is dat we ruimte (zoals winkel-, kantoor- en woonruimte) zo goed mogelijk willen benutten.

1.2 Doel en samenhang

Dit plan van aanpak richt zich op het versterken van economische en maatschappelijke functies in de stad: de binnenstad, gemeentelijk vastgoed en de buurt- en wijkwinkelcentra. De binnenstad en buurt- en wijkwinkelcentra hebben een gemengde functie voor de stad. Naast detailhandel en horeca zijn het plekken waar ontmoeting en beleving centraal staan, juist door hun publieke karakter. Binnen deze publieke ruimtes, waar mensen samenkomen en activiteiten plaatsvinden, onderzoeken we de mogelijkheden om functies te sturen en te versterken. Hierbij komen we vanzelf ook bij gemeentelijk vastgoed. Wanneer er gevraagd wordt naar het invullen van ruimten, moeten we ook kijken naar de gebouwen die eigendom zijn van de gemeente. In dit plan van aanpak bespreken we hoe we de functies in deze plekken kunnen versterken, met als doel de vitaliteit en leefbaarheid van de stad te bevorderen.

De nieuwe Omgevingsvisie biedt een kans om functies in het centrum en andere gebieden beter af te stemmen op (toekomstige) behoeften en te werken aan een *nabije stad*, waarin ruimte is voor ontmoeting en voor functiemenging. Het stelt ons in staat om per locatie te beoordelen welke functies het beste passen en om duidelijkere richtlijnen te ontwikkelen voor het sturen op functiewisselingen en ruimtelijke invulling.

De binnenstad, buurt- en wijkwinkelcentra en gemeentelijk vastgoed zijn niet in een type te vangen. Het gaat om drie heel verschillende grootheden. Er zijn wel drie grote overeenkomsten te ontwaren:

- Publieke ruimte en functie: Zowel de binnenstad, buurt- en wijkwinkelcentra als gemeentelijk vastgoed functioneren als ontmoetingsplekken en hebben daarmee een maatschappelijke functie.
- Mogelijkheid tot sturing: De gemeente kan invloed uitoefenen op de functies en invulling, bijvoorbeeld door beleid voor detailhandel, vastgoedbeheer en ruimtegebruik.
- Bijdrage aan leefbaarheid en vitaliteit: Alle drie dragen bij aan de leefbaarheid van de stad en de sociale cohesie. Ze spelen een rol in het dagelijkse leven van bewoners en bezoekers.

Hierbij sluiten we de woonwijken en werk- en industriegebieden uit. Het gaat dus om versterking van economische en maatschappelijke functies in de binnenstad, buurt- en wijkwinkelcentra en gemeentelijk vastgoed.

1.3 Opbouw en leeswijzer

Dit plan van aanpak beschrijft mogelijke acties die we kunnen ondernemen om de vitaliteit van de binnenstad, buurt- en wijkwinkelcentra en panden in leegstandsbeheer te waarborgen en te vergroten. Waar mogelijk wordt aangegeven hoe de voorgestelde actie past binnen bestaande beleidskaders. Er zijn drie bijlages opgenomen: een verdieping op de link tussen leegstand panden en wonen; een eerste analyse van patronen van vastgoedeigendom in de binnenstad in Vastgoed in Kaart, en het hierboven genoemde onderzoek van Stec Groep naar functies in de binnenstad.

2. Versterking van functies in de binnenstad

Onderzoeken naar bestedingen en passantenstromen tonen aan dat de Nijmeegse binnenstad er goed voor staat. Dat concludeert ook Stec Groep in hun onderzoek naar de economische functies in de binnenstad. De maatschappelijke, sociale en economische impact van de Nijmeegse binnenstad is groot. De binnenstad is een ontmoetingsplek voor iedereen: door de stedenbouwkundige opzet, en door haar functies, is de binnenstad hét centrum van de stad. Met de uitbreiding van Nijmegen aan de noordzijde en in Waalfront, komt de binnenstad als ‘hart’ van de stad steeds meer in het midden te liggen. Nijmegen komt er samen, als in een huiskamer voor inwoners en bezoekers, met cafés, restaurants en een breed palet aan culturele instellingen zoals theaters en musea. Dit bevordert cohesie en sociaal-culturele uitwisseling, zo concludeert Stec.

Ook economisch gezien, is de binnenstad een belangrijk centrum, ziet Stec: “De binnenstad huisvest een grote diversiteit aan winkels, bedrijven en markten. Dit zorgt voor werkgelegenheid en stimuleert de lokale economie. De bestedingen in de binnenstad zijn het hoogst van alle winkelgebieden in geheel Oost-Nederland. De binnenstad is de tweede werklocatie in de stad (na Campus Heijendaal).” Tegelijkertijd vraagt de groei van de stad ook groei van de binnenstad als economisch centrum: “Nijmegen groeit en daarmee groeit ook de behoefte aan voorzieningen en bedrijven voor inwoners en bezoekers aan de binnenstad. Nijmegen kan de komende tien á twintig jaar rekenen op meer bestedingen in de winkels, horeca, dienstverleners, cultuuraanbieders en andere voorzieningen.” Hiervoor is, kortom, wel voldoende ruimte nodig, zowel in kwantitatieve als kwalitatieve zin.

Vergeleken met andere binnensteden is de leegstand in Nijmegen laag.¹ De leegstaande panden in Nijmegen worden relatief snel weer ingevuld. Dit toont de dynamiek in de Nijmeegse binnenstad waarbij nieuwe lokale ondernemers en landelijke formules veelvuldig locaties zoeken. De groep panden die tijdelijk leeg staan zijn vooral in afwachting van huuronderhandeling of opknappen van de etalage, inrichting en verduurzamingsmaatregelen. Hoewel de feitelijke leegstand in Nijmegen laag is, wordt de leegstand soms hoger ervaren doordat leegstand zich clustert op een aantal locaties, bijvoorbeeld op ontwikkellocaties zoals de Molenpoortpassage. Doordat de leegstand laag is, vraagt dat om creatieve manieren om in te spelen op de behoeften van de binnenstad van de toekomst.

We willen de maatschappelijke, sociale en economische impact van de binnenstad blijven versterken. Dat doen we met de gebiedsvisie Koers voor de Binnenstad en met actieplan binnenstad. De acties in dit plan van aanpak bouwen op deze plannen voort. We versterken de functies die zorgen voor een sterke sociaal-economische binnenstad. Tegelijkertijd willen we functies die niet bijdragen aan de versterking van de binnenstad beperken. Met dit doel hebben we 11 acties onderscheiden die zorgen voor versterking van de binnenstad. Deze worden hieronder toegelicht. De acties voor de binnenstad zijn onderverdeeld in vier hoofdlijnen:

- 2.1 Verleidende aanpak & klimaat voor startende ondernemers en formules
- 2.2 Creatief omgaan met functies op verdiepingen: wonen & werken
- 2.3 Borging van economische functies in de plint
- 2.4 Kantorenfunctie in de binnenstad stimuleren

2.1 Verleidende aanpak & klimaat voor startende ondernemers en formules

Analyse

Net als in andere binnensteden heeft Nijmegen als gevolg van landelijke trends (online winkelen, consumentengedrag) te maken gehad met krimp in de winkelmarkt. In de afgelopen vijf jaar is het winkelareaal in Nijmegen juist gestabiliseerd. In vergelijkbare binnensteden daalde dit. Stec Groep (november 2024) heeft naar aanleiding hiervan een marktanalyse uitgevoerd. Zij concluderen dat we op middellange termijn geen tot beperkte verdere krimp van het winkelaanbod in de Nijmeegse binnenstad hoeven te verwachten.

¹ Zie bijlage 1 ‘Achtergrondinformatie leegstand in Nijmegen’ voor een analyse van leegstand in Nijmegen. Zie bijlage 1, tabel 2 voor een vergelijking tussen leegstand in de Nijmeegse binnenstad en steden in de benchmark.

Uit marktconsultatie en marktanalyse (bijlage 2 bij onderzoek Stec) blijkt dat Nijmegen minder in staat is formules te huisvesten: er zijn beperkt locaties beschikbaar die voldoen aan de kwalitatieve eisen. Stec observeert hierover het volgende: “De oorzaak ligt in een geschikte korrelgrootte (maat) van de winkelunits in combinatie met een geschikte locatie. Specifiek gaat het om middelgrote units (250 m² wvo tot 1.000 m² wvo in het bijzonder) die in het kernwinkelgebied gelegen zijn (A-locaties). Hoewel in het kernwinkelgebied diverse panden leeg staan, zijn dit overwegend zeer kleinschalige panden die niet aansluiten bij de marktvraag. In deze panden komt dan regelmatig laagwaardiger aanbod wat de economische vitaliteit van de straat aantast.”

De brede aantrekkingskracht en trekkracht van formules vormt een belangrijke voedingsbodem voor zelfstandig ondernemers en andere voorzieningen in de binnenstad. Landelijke winkelketens bedienen een groot publiek; lokale ondernemingen voegen diversiteit en karakter toe. We kunnen ons als binnenstad verder onderscheiden van andere binnensteden met vernieuwend en startend ondernemerschap (Stec Groep, november 2024). Om de winkelmarkt blijvend goed te laten functioneren is het daarom van belang om voldoende formules te huisvesten en dus ruimte te creëren voor formules met een middelgrote maat.

De acties zoals hieronder beschreven sluiten aan bij het onderdeel ‘een ondernemende binnenstad’ uit de gebiedsvisie Koers voor de Binnenstad: “We staan nieuwe winkels in het hele kernwinkelgebied toe, waar vrije marktwerking geldt. Hierdoor ontstaat het patroon van bekende ketens in de hoofdwinkelstraten en bijzondere meer lokale concepten in de ringstraten. Om het aanbod nog diverser te maken zetten we in op het aantrekken en acquireren van bijzondere winkelconcepten en aansprekende bekende winkelformules.”

Acties

1. Betere kwalitatieve match tussen vraag en aanbod naar winkelvastgoed

Van ‘toetsen’ verschuift onze aanpak naar ‘meedenken’ als het gaat om grotere winkelpanden. Hierin is veel maatwerk nodig, waarbij vanuit een meedenkende houding wordt gekeken naar mogelijkheden en oplossingen. Dit gaat om zowel het samenvoegen van winkelpanden als het aantrekken van ontbrekende aanvullende formules (zie hieronder). Ook brengen we mogelijkheden voor het benutten van kelderruimte (denk aan de Decathlon) in beeld.

Met het samenvoegen van (enkele) winkelpanden in het hoofdwinkelgebied kunnen formules worden aangetrokken die nu geen kwalitatief gewenste plek vinden in de binnenstad van Nijmegen. Ook kunnen bestaande formules die een grotere maat zoeken uitbreiden en in Nijmegen behouden blijven. Hierin is veel maatwerk nodig, met name vanwege het belang van historisch waardevolle binnenmuren en gevelfronten. We bekijken mede vanuit de bescherming van monumenten waar samenvoeging van panden in de binnenstad mogelijk is. Hierbij wordt vanuit een meedenkende houding gekeken naar mogelijkheden en oplossingen. Hoe dan ook is het actief samenwerken met pandeigenaren cruciaal.

Hierbij houden we randvoorwaarde zoals beschreven in de Koers voor de Binnenstad in acht: “We blijven terughoudend met het toevoegen van nieuwe winkelmeters buiten de winkelstraten. Er is ruimte voor nieuwe aantrekkelijke concepten in de nieuwe ontwikkellocatie Molenpoortpassage.”

Als eerste aanspreekpunt voor ondernemers om mee te denken, blijft het Ondernemerspunt een belangrijke rol spelen. Verder geldt ook, mede om acquisitie en matchmaking te laten slagen, een proactieve rol te voeren bij het benaderen van pandeigenaren en een goed netwerk te onderhouden om snel in te kunnen spelen op kansen die zich voordoen (zie actie 2).

Onder de Omgevingswet hebben we een nieuwe werkwijze geïntroduceerd voor het verkennen- en begeleiden van initiatieven met een Intake- en Omgevingstafel. Hiermee is nu al een belangrijke stap gezet richting ‘meedenken’ in plaats van enkel ‘toetsen’. Bij een initiatief uit de markt zetten we in op een benaderbare, proactieve houding waarbij we, waar mogelijk, ondernemers verder helpen met initiatieven die bijdragen aan een sterk vastgoedaanbod voor winkels.

2. We bekijken mogelijkheden voor acquisitie

We willen verkennen hoe we actief en gericht kunnen inzetten op acquisitie van kansrijke en vernieuwende (winkel)formules, om (winkel)aanbod te versterken en leegstand tegen te gaan. Hierdoor dient capaciteit te worden

vrijgemaakt voor iemand met een goed netwerk in het retaillandschap en de vaardigheid Nijmegen wervend op de kaart te zetten. Het opstellen van een *pitch book* helpt om de propositie richting nieuwe formules te vergroten. Kansrijke concepten zijn al in beeld gebracht en kunnen benaderd worden.² Het koppelen van kansen aan het lokale vastgoednetwerk en makelaars is van belang.

We vinden het passend om hier niet als gemeente een leidende rol in te nemen, maar om het Huis voor de Binnenstad hierin te betrekken en samen op te trekken. Zo zijn we als gemeente op faciliterende wijze betrokken bij het diversifiëren en aantrekkelijk houden van onze binnenstad. Daar profiteert de hele binnenstad van.

3. We continueren 'Win je eigen winkel' in een andere vorm

Met gerichte ondersteuning en coaching kan de slagingskans van nog te starten of startende ondernemers flink vergroot worden. Het gaat daarbij om informatie, advies en ondersteuning bij het starten, runnen en uitbreiden van het bedrijf.

In de eerste instantie bekijken we in samenwerking met Huis voor de Binnenstad op welke manier we 'win je eigen winkel' kunnen continueren. Dit is in 2021-2022 voor het eerst georganiseerd bij de eerste editie van Actieplan Binnenstad. Ondernemerschap door startende ondernemers met een innovatief concept werd gestimuleerd door hen de kans te geven een eigen winkel te openen. Er werd een wedstrijd uitgeschreven waarbij het beste concept een half jaar huur van een (leegstaand) pand won, inclusief budget voor inrichting. Hierbij zorgden we ervoor dat het nieuwe concept niet concurreert met de zittende ondernemers.

We gaan kijken of we dit project in afgeslankte vorm kunnen continueren, vanwege de hoge kosten bij de eerste editie. We zien echter de meerwaarde in van het op deze manier stimuleren van ondernemerschap. Concepten als 'win je eigen winkel' zorgen voor een onderscheidend winkelprofiel in onze binnenstad. Deze actie wordt geborgd binnen het transformatiebudget binnenstad en het programma Economie.

4. Verbreden mogelijkheden van een startersplatform

We onderzoeken hoe we de mogelijkheden van een startersplatform kunnen verbreden om startende bedrijven in de binnenstad, vooral in de horeca- en retailsector, nog beter te ondersteunen. Daarbij sluiten we aan bij bestaande initiatieven zoals StartUp Nijmegen, het Ondernemerspunt of het Huis voor de Binnenstad, waar al veel kennis en netwerk aanwezig is voor de behoeften van starters, en zoeken we de samenwerking met onderwijsinstellingen op. Ook de Kamer van Koophandel, die via het Ondernemersplein startende ondernemers ondersteunt, kan hierin een belangrijke rol spelen. Dit sluit aan bij de actielijn 'Ondernemen' uit de Economische Visie, waarin we startend ondernemerschap actief stimuleren. In de komende update van de Economische Visie (EV 2.0) zullen we hier nader op ingaan.

5. Met Hartje Nijmegen en Koers voor de Binnenstad gaan we door met het verbeteren van de verblijfskwaliteit en het ondernemersklimaat in de binnenstad

Een aantrekkelijk klimaat voor ondernemers gaat ook over de fysieke omgeving. Zo leidt investeren in vergroening en waterpartijen één-op-één tot hogere verblijfskwaliteit, concludeert Stec (november 2024). Dit leidt weer tot een versterkt economisch functioneren en attractiewaarde van de plinten. We hebben in de afgelopen jaren diverse gebieden al kleinschalig vergroend. Verblijfskwaliteit is niet alleen beperkt tot vergroening. Met de Koers voor de Binnenstad en Hartje Nijmegen gaan we door met het vergroten van verblijfskwaliteit. Naast dat het verbeteren van de verblijfskwaliteit ook effect heeft op het ondernemersklimaat, onderzoeken we doorlopend hoe we het ondernemersklimaat kunnen bevorderen en ondersteunen.

² Zie marktanalyse in het onderzoek van Stec Groep in bijlage 3.

2.2 Creatief omgaan met functies op verdiepingen: wonen & werken

Analyse

Uit onderzoek van Stec Groep (november 2024) blijkt dat er op verdiepingen van (winkel)panden in de binnenstad kansen liggen voor multifunctioneler gebruik van verdiepingen. De Woonagenda 2024-2029 laat de woonopgave zien van de aankomende jaren. Woningen kunnen worden toegevoegd door nieuwbouw maar ook door het beter benutten van de bestaande woningvoorraad. In de Woonagenda staat: “De afgelopen jaren vond bijna 30% van de woningtoevoegingen plaats in de bestaande voorraad. De bestaande voorraad levert daarmee een substantieel aandeel van de woningtoevoegingen en van een oplossing van de woonopgave. Intensivering van het gebruik van gebouwen beperkt de noodzaak om nieuw te bouwen en is daarmee de hoogste vorm van circulariteit. Het huidige deel van het aantal toevoegingen in de bestaande woningvoorraad vindt voornamelijk plaats via woningsplitsing, transformatie of het optoppen van woningen.”

Op dit moment is wonen op verdieping planologisch al toegestaan. Door de complexiteit van deze opgave (realiseren stijgpunt, diepte panden, versnipperd eigendom) is meer samenwerking met marktpartijen en een stimulerende aanpak gewenst. Hoewel veel panden in de binnenstad beschermd zijn als monument en daarom niet onder de energielabelplicht vallen, blijft verduurzaming belangrijk en zijn er zeker mogelijkheden. Dit vraagt om maatwerk en gerichte stimulering om eigenaren te motiveren stappen te zetten. Vanuit erfgoedbeleid stimuleren we nadrukkelijk het gebruik van verdiepingen voor wonen en denken we graag mee over het realiseren van stijpunten (toegang tot verdiepingen) bij beschermde monumenten. De mogelijke komst van een verplicht energielabel voor andere winkelpanden vergroot het investeringsmomentum, waarbij tegelijkertijd verduurzamingsmaatregelen kunnen worden toegepast.

Acties

6. Beter benutten woningvoorraad op verdiepingen

Uit het onderzoek van Stec Groep (zie bijlage 3) volgt dat ruimte boven winkels beter kan worden benut. Het inzetten van deze ruimte boven winkels voor woningen biedt dan kansen. Hieraan zijn wel voorwaarden verbonden. Voor het realiseren van een woning boven een winkel is dit bijvoorbeeld de toegankelijkheid van de woning en ruimte voor fietsparkeren.

Vanuit Wonen worden er verschillende acties uitgevoerd om kamerverhuur te stimuleren. Dit naar aanleiding van de evaluatie kamerverhuurbeleid (onderzoek door Companen, 2024). Hieruit blijkt namelijk dat het aanbod van kamers stagneert, terwijl er volgens de Woonagenda de komende jaren 2.500 studenteenheden nodig zijn. In de evaluatie wordt wonen boven winkels aangekaart en gekeken of dit kan worden gestimuleerd door creatiever om te gaan met de normen voor fietsparkeren (mits effectief en passend qua leefbaarheid). Samen met partijen kijken we wat er kan om zodoende meer ruimte te creëren voor wonen boven winkels. Hierbij benaderen we pandeigenaren gericht en informeren we hen over de mogelijkheden en voordelen van leegstaande verdiepingen inzetten voor wonen.

7. Multifunctioneler gebruik van verdiepingen voor kantoren

In tegenstelling tot wonen boven winkels, is werken boven winkels, of invulling door andere voorzieningen, op dit moment planologisch vaak niet mogelijk. Het uitbreiden van de planmogelijkheden geeft marktpartijen de kans tot creatievere invulling te komen, bijvoorbeeld wanneer wonen boven winkels te complex is. In gebiedsontwikkeling in en nabij de binnenstad kan vanuit de filosofie van een ‘barcode’ (ruimtevrage vanuit meerdere programma-elementen) eisen gesteld worden aan multifunctioneel gebruik. Door in te zetten op multifunctioneler gebruik van verdiepingen, kan er meer ruimte voor kleinschalige kantoren ontwikkeld worden. We onderzoeken dit bij het wijzigen van het Omgevingsplan (zie actie 8).

2.3 Borging van economische functies in de plint

Analyse

De Nijmeegse binnenstad is het kloppende hart van de stad, met een breed scala aan winkels, horeca, dienstverleners en andere voorzieningen die elkaar versterken. De wisselwerking tussen deze functies zorgt voor levendigheid en trekt bezoekers die meerdere activiteiten combineren. Om deze dynamiek te behouden en verder te ontwikkelen, is een goede samenhang en balans in de functiemix essentieel, zowel binnen als tussen de verschillende deelgebieden.

Door de hoge druk op de woningmarkt wordt het daarnaast voor vastgoedpartijen steeds aantrekkelijker om winkels om te bouwen naar woningen. De afgelopen jaren hebben we hier een aantal voorbeelden van gezien, zoals in de Hertogstraat. In de winkelstraten heeft wonen op de begane grond echter zeer negatieve effecten. Het heeft impact op de consumentenbeleving, verlaagt de noodzakelijke traffic, breekt bezoekersroutes op, heeft niet de gewenste uitstraling die nodig is voor een levendige winkelstraat en leidt tot negatieve omgevingseffecten (afval op straat, fietsen, verrommeling).

In het huidige bestemmingsplan zijn de planologische mogelijkheden voor wonen op veel plekken zeer ruim bestemd. Hierin schuilt een zeer groot risico op verschraling en/of afwaardering van een diverse winkelstraten naar woonstraten. Vaak is de situatie onomkeerbaar: het is financieel onaantrekkelijk om een woning weer terug om te zetten naar winkel vanwege opbrengsten en investeringskosten (door realisatie van faciliteiten zoals keuken, badkamer, installaties). Met andere woorden: als er eenmaal een woning is gerealiseerd, is de kans van herintreding van een winkel of andere voorziening beperkt. Tijdelijke huisvesting in winkelpanden in straten met goed toekomstperspectief voor publieksvoorzieningen (zoals het hoofdwinkelgebied) is daardoor volgens Stec (november 2024) sterk af te raden.

Acties

8. Sturing op invulling van functies in de plint

We gaan bezig met de voorbereiding voor het wijzigen van het Omgevingsplan voor de binnenstad. Om nu al voorbereidingen te treffen om economische functies in de plinten te borgen, verkennen we in 2025 mogelijkheden om het starten van woonactiviteit op de begane grond in het winkelgebied in de binnenstad te voorkomen.

Eén van de mogelijke instrumenten om economische functies in de plint te borgen, is werken met een plintenstrategie opstellen ter ondersteuning van de profilering van deelgebieden. Dat is een gedetailleerder gebiedsprofiel met speciale aandacht voor het maaiveld. Om meer te kunnen sturen op het ‘juiste bedrijf op de juiste plek’ wordt in een plintenstrategie een duidelijk (economisch) en wenkend toekomstperspectief gecreëerd per deelgebied op het beoogde functieprofiel, DNA en flankerende maatregelen. We kijken naar ervaringen in andere steden, om te beoordelen of een dergelijke aanpak meerwaarde voor Nijmegen oplevert.

Daarnaast zijn we aangesloten bij de [City Deal Dynamische Binnensteden](#) in de werkgroep ‘de Regelkamer’. In deze werkgroep onderzoeken we samen met vier andere steden welke middelen we beschikbaar hebben en bewezen effectief zijn in sturen op structuurkeuzes. De werkgroep loopt van juni 2023 tot juni 2027. In de tussentijd wordt er onderzoek uitgevoerd naar het juiste instrumentarium. Ook wordt er doelgericht geëxperimenteerd met pilots op punten waar nu in de praktijk blokkades lijken te staan. De uitkomsten van dit onderzoek nemen we in het wijzigingsproces van het Omgevingsplan.

9. Betere samenwerking met vastgoedpartijen

Het collectief organiseren van vastgoedpartijen in de binnenstad kan van grote meerwaarde zijn in de stadsontwikkeling. Steeds meer steden doen ervaring op met vastgoedsamenwerking, waarbij zelfs gekeken wordt naar gezamenlijke financieringsconstructies met private partijen, en boeken successen. Wij kunnen daarvan leren. We nemen deel aan de werkgroep Vastgoed van de [City Deal Dynamische Binnensteden](#), waarin dit verder

onderzocht wordt. In deze werkgroep kunnen we leren van voorbeelden in andere steden en actief onderzoeken wat voor Nijmegen zou kunnen werken.

Daarnaast faciliteren wij via het accountmanagement de werkgroep Vastgoed, waarin makelaars actief in de stad zijn vertegenwoordigd. Hierdoor zijn de lijntjes met vastgoedintermediairs kort. We continueren deze werkgroep, zodat de rol ervan verstevigd kan worden.

10. Actualiseren horecabeleid voor de binnenstad

De functie van binnensteden verschuift steeds meer van ‘kopen’ naar ‘ontmoeten’ en ‘beleven’ (ook wel bekend als de verschuiving “from place to buy to place to meet”). Horeca speelt hier een grote rol in. De levendigheid die horeca verzorgt, willen we graag behouden. Tegelijkertijd willen we wel een goed evenwicht behouden tussen ‘levendigheid’ en ‘leefbaarheid’ in de binnenstad.

We gaan binnenkort aan de slag met het actualiseren van het horeca- en terrassenbeleid. We beperken ons hierin niet tot de binnenstad; we geven ook aandacht aan horeca in buurt- en wijkwinkelcentra. We onderzoeken in deze nieuwe nota de behoefte naar horecamogelijkheden, en kijken naar structuurversterkende keuzes in de deelgebieden in de binnenstad en in buurt- en wijkwinkelcentra. Op basis van dit onderzoek kunnen we de regels voor horeca op deze plekken aanpassen.

2.4 *Kantorenfunctie in de binnenstad stimuleren*

Analyse

Het onderzoek van Stec (2024) naar de economische versterking van de Nijmeegse binnenstad concludeert dat er kansen liggen om het functieprofiel van de binnenstad te verbreden. De kantorenmarkt verschuift richting hoogstedelijke, OV-bereikbare locaties, wat kansen biedt voor de binnenstad. Bedrijven en zzp'ers zoeken steeds vaker flexibele werkplekken, zoals serviced offices en co-working ruimtes, die vaak gecombineerd worden met horecaconcepten zoals koffiebars of lunchrooms. Deze informele werkruimtes versterken de levendigheid en vullen traditionele kantoren aan, waarbij de ontmoetingsfunctie steeds belangrijker wordt.

De binnenstad is uitstekend gepositioneerd om aan deze nieuwe vraag te voldoen. Het gebied combineert een dynamische omgeving met goede bereikbaarheid per openbaar vervoer en een breed scala aan voorzieningen, zoals horeca, winkels en culturele instellingen. Dit maakt het aantrekkelijk voor bedrijven die behoefte hebben aan flexibele en hoogwaardige kantoorruimtes op goed bereikbare locaties. Bovendien sluit de binnenstad aan bij de brede trend van werken in levendige, multifunctionele stedelijke gebieden, waar werk, ontspanning en ontmoeting samenkomen.

Hoewel de vraag naar kantoorruimte in de binnenstad naar verwachting zal groeien, blijft het aanbod achter. Momenteel is er in het gebied beperkte ruimte beschikbaar, waarvan een deel niet voldoet aan de energielabel C-plicht. Het aanbod bestaat vooral uit verouderde, kleinschalige panden, met name in het centrum. Dit beperkt de doorstroming, omdat opschalende bedrijven geen passende ruimte vinden, wat de groei van start-ups en scale-ups belemmert.

Daarnaast wordt de binnenstad (inclusief het stationsgebied) in het Kantorenmarktonderzoek gemeente Nijmegen (2023) aangewezen als focusgebied voor vervangingsvraag. Dit betekent dat het advies is om de vervangingsvraag te laten landen in de binnenstad, als elders in Nijmegen incurante kantoren uit de voorraad worden onttrokken. De vraag naar kantoorruimte valt dan hoger uit dan blijkt uit de behoefteeraming.

Er is, kortom, dringend behoefte aan moderne, kwalitatieve kantoorruimtes om de markt dynamisch te houden. De binnenstad is hier een geschikte locatie voor, alhoewel er (nog) niet veel kantoorruimte beschikbaar is.

Actie

11. We maken ruimtelijke keuzes gericht op versterken kantorenfunctie

In de kantorenvisie Nijmegen zijn het stationsgebied en de binnenstad aangewezen als dé kantorenlocatie van de toekomst met nadruk op ruimte voor diverse kleinschalige gebruikers tot 1.000 m² vvo (verhuurbaar vloeroppervlak). Het is van belang dit daadwerkelijk te gaan faciliteren door nieuwe kantoorruimte toe te voegen of

te herontwikkelen. Het gaat daarbij om het concreet koppelen van deze behoefte aan gebiedsontwikkelingen en het aanwijzen van straten in het bestaande weefsel in de binnenstad waar deze kantorenvraag kan landen. We kijken waar, en hoe, kantoren de bestaande structuren van de binnenstad versterken.

Al in een heel vroeg stadium van planontwikkeling, als initiatieven verkend en beoordeeld worden aan de Omgevingstafel, sturen we op het faciliteren van voldoende kantoorruimtes in de binnenstad.

3. Versterking van functies in buurt- en wijkwinkelcentra

Leegstand in buurt- en wijkwinkelcentra is heel beperkt (bijlage 1, tabel 3, Leegstand per buurt- of wijkwinkelcentrum). Leegstand concentreert zich vooral in winkelcentrum Dukenburg. Dit is een ontwikkellocatie. Daarom laten we dit gebied buiten beschouwing. Voor de overige leegstand geldt dat dit grotendeels aanvangs-/frictie-/kortdurende leegstand betreft. Dat zijn dus panden die snel een nieuwe invulling kunnen verwachten. Tegelijkertijd liggen er wel kansen in buurt- en wijkwinkelcentra om deze winkelstrips meer toekomstbestendig te maken en in te richten als maatschappelijke ontmoetingsplekken. Vanuit dit doel formuleren we acties die inzetten op twee hoofdlijnen:

3.1 Ruimte voor lichte bedrijfsactiviteiten in buurt- en wijkwinkelcentra

3.2 Betere horecamogelijkheden in buurt- en wijkwinkelcentra

3.1 Ruimte voor lichte bedrijfsactiviteiten in buurt- en wijkwinkelcentra

Analyse

De ruimtelijke druk op bedrijventerreinen is erg groot.³ Op bedrijventerreinen vestigen zich ook bedrijven die zich op een andere locatie in de stad zouden kunnen vestigen. Landelijk is het zelfs zo dat één op de vijf bedrijven op bedrijventerreinen ook goed past op een locatie in bijvoorbeeld buurt- of wijkwinkelcentra. Het gaat dan om:

- Ambachtelijke bedrijfsruimten: bedrijven waarbij het maken of kleinschalig produceren onderdeel is van de bedrijfsvoering. Denk daarbij aan een meubelmaker, repairshop of bierbrouwer. Regelmatig is er ook een kleine atelierruimte/showroom aanwezig voor verkoop of bezichtiging.
- Kleinschalige kantoren: kantoren van bedrijven in de omgeving. Denk aan bedrijven in de ICT, consultancy, marketing of uitzendbranche. Op bedrijventerreinen clusteren ze vooral in bedrijfsverzamelgebouwen. Ook co-working valt in deze categorie: een werk- en ontmoetingsplek waar flexibel gewerkt kan worden met passende faciliteiten.
- Dienstverleners: dienstverleners met een publieke functie, zoals een schoenmaker, dansstudio of sport-school. Deze voorzieningen zijn doorgaans al aanwezig in centrummilieus, maar ook op bedrijventerreinen.
- Kleinschalige winkels: winkels die qua omvang en producttype passen in een centrum, maar nu (soms verborgen) op bedrijventerreinen aanwezig zijn. Vaak gestart als ondergeschikte vorm of nevenactiviteit en in de loop der tijd uitgegroeid tot showroom met ruime openingstijden.
- Maatschappelijke voorzieningen: voorzieningen zonder commercieel winstoogmerk op het gebied van welzijn, zorg en cultuur. Vanwege gebrek aan ruimte vaak aanwezig op bedrijventerreinen. Uitstekend inpasbaar in wijkcentra.

Door het vestigen van deze soorten bedrijven in buurt- en wijkwinkelcentra te stimuleren, wordt de 'werk'-functie van deze gebieden versterkt. Zo wordt de levendigheid van de buurt- en wijkwinkelcentra behouden en ruimte geboden aan productieve economische functies. Het omgekeerde geldt ook: bedrijventerreinen krijgen zo meer ruimte en een duidelijker profiel.

Actie

12. We maken structuurversterkende keuzes in buurt- en wijkwinkelcentra

De leegstand in buurt- en wijkwinkelcentra is beperkt, maar niet afwezig. Om de levendigheid in wijken te versterken, kijken we naar mogelijkheden voor structuurversterkende keuzes op deze plekken. Dat kan bijvoorbeeld gaan over cultuur, kleinschalige bedrijvigheid, broedplaatsen of horeca. Daarbij onderzoeken we ook de kansen die

³ Zie voor verdere analyse voor lichte bedrijvigheid het onderzoek 'Economische versterking van de binnenstad' door Stec Groep (november 2024) in bijlage 3 (7.5).

vrijkomende kerken bieden als mogelijke locaties voor deze functies. Hiermee combineren we het behoud van karakteristieke gebouwen met het versterken van de wijkfunctie. Bij de uitrol van het Omgevingsplan streven we ernaar om functiewisseling bij buurt- en wijkwinkelcentra mogelijk te maken. Hiermee worden mogelijkheden voor verschillende functies verder verruimd.

We leggen deze ambitie vast in de Omgevingsvisie. Als een initiatief langskomt op de Omgevingstafel, toetsen wij het initiatief op de bijdrage aan levendigheid aan de wijk. We hebben geen instrumenten om dit af te dwingen, maar geven wel nadrukkelijk ruimte aan initiatieven die levendigheid versterken. Dit doen we in overleg met en in afstemming tussen Cultuur, Vastgoed en Economie.

3.2 Betere horecamogelijkheden in buurt- en wijkwinkelcentra

Analyse

De horeca in de Nijmeegse wijken is aanvullend op de horeca in het stadscentrum. De horeca buiten het centrum richt zich op een ander publiek (25+-publiek) dan de horeca in het centrum (jongeren, studenten, toeristen en winkelend publiek). In de woonwijken heeft horeca in de eerste plaats een verzorgende functie. Horeca speelt een rol in de kwaliteit van de dagelijkse leefomgevingen in de wijken en buurten van de stad: het fungeert als een sociale en zakelijke ontmoetingsplaats voor diverse doelgroepen. Het is daarmee voor veel bewoners een aantrekkelijke verrijking van hun wijk, mits goed ingepast in de structuur van een wijk en aansluitend op de wensen van omwonenden. Horeca in de wijken draagt, kortom, bij aan een levendige wijk. Het kan de economische structuur van een gebied versterken, omdat het werkgelegenheid genereert en de aantrekkelijkheid van een winkelgebied in de wijk kan versterken.

Actie

13. Verbeteren mogelijkheden voor horeca in buurt- en wijkwinkelcentra

Binnenkort gaan we aan de slag met het actualiseren van het horecabeleid. Hierin geven we ook aandacht aan horeca in buurt- en wijkwinkelcentra. We onderzoeken in deze nieuwe nota de behoefte naar horecamogelijkheden, en kijken naar structuurversterkende keuzes in deze buurt- en wijkwinkelcentra. Op basis van dit onderzoek kunnen we de regels voor horeca in buurt- en wijkwinkelcentra aanpassen.

4. Versterking van functies in gemeentelijk vastgoed

Leegstand in gemeentelijk vastgoed heeft vaak een doel (zie bijlage 1, tabel 4, Omvang gemeentelijke verblijfsobjecten). Om verdere verruiming van de inzet van leegstaande verblijfsobjecten te onderzoeken, voeren we onderstaande aanpak uit. De hieronder beschreven acties zijn gericht op één hoofdlijn:

4.1 Onderzoek naar anders inzetten van gemeentelijk vastgoed in leegstandsbeheer

4.1 Onderzoek naar het anders inzetten van gemeentelijk vastgoed in leegstandsbeheer

Analyse

In de Leegstandsnotitie (december 2023) staat het volgende over leegstand in gemeentelijk vastgoed: “Er zijn panden met diverse functies in beheer. Denk hierbij aan wijkcentra, sportaccommodaties en speeltuinen. Deze panden hebben een maatschappelijke functies en passen vanuit die invalshoek binnen de vastgoedportefeuille van de gemeente. Naast deze objecten zijn er ook woningen en bedrijfspanden in beheer. Deze passen qua functie vaak niet (meer) binnen de vastgoedportefeuille van de gemeente. Indien een partij de huur opzegt, dan wordt eerst bepaald of het pand een gemeentelijk programma kan dienen. Als dit niet het geval is kan worden besloten om het af te stoten. De afgelopen jaren zijn er een aantal panden afgestoten. Als een pand leegkomt wordt in afwachting van verkoop of programma gebonden invulling een leegstandsbeheerder ingeschakeld. De leegstandbeheerder zorgt voor bewoning van het pand. Op deze manier is het pand dus altijd in gebruik.

Het laatste jaar is er een groeiende behoefte om gemeentelijke panden in te zetten voor huisvesting van aandachtsgroepen. Het gemeentelijke pand aan Prins Hendrikstraat 7 is hier een voorbeeld van. Deze wordt nu gebruikt als noodlocatie voor opvang. Ook ‘de Binder’ (voormalig belastingkantoor aan de Stieltjesstraat) wordt gebruikt om verschillende aandachtsgroepen te huisvesten. Hoewel dit gebouw geen eigendom is van de gemeente (het wordt gehuurd van het Rijksvastgoedbedrijf) kan het gezien de krappe woningmarkt erg zinvol zijn om een dergelijk pand te huren en in te zetten voor huisvesting voor aandachtsgroepen.”

Bij gemeentelijke panden is er geen sprake van leegstand. Indien een pand vrijkomt, wordt intern afgestemd of het een gemeentelijk doel kan dienen. Zolang nog niet is besloten waarvoor het pand wordt ingezet, wordt leegstandsbeheer ingeschakeld. Daarbij kijken we of dat regulier leegstandsbeheer moet zijn, of dat een andere wijze van leegstandsbeheer mogelijk is, bijvoorbeeld door middel van ateliers. Dat doen we als gemeente om het risico op kraak, inbraak en vandalisme in leegstaande panden te voorkomen. Dit is altijd van tijdelijke aard. Is er geen maatschappelijk doel waarvoor het pand kan worden ingezet, dan wordt het verkocht. Hier zijn dus geen instrumenten nodig om leegstand te verminderen. Wel kunnen we invulling van leegstandsbeheer verkennen.

Leegstandsbeheer kan twee soorten invulling krijgen: bewoning of huisvesten van culturele functies. In het eerste geval gaat het om ‘oppassers’, die het desbetreffende pand tijdelijk bewonen (anti-kraak). In het tweede geval gaat het om het tijdelijk in gebruik nemen voor culturele doeleinden, zoals atelierruimte.

Acties

14. Scan en onderzoek in samenwerking met zorgpartijen naar het verruimen van mogelijkheden voor het huisvesten van aandachtsgroepen in gemeentelijk vastgoed

In oktober is de Nijmeegse woonzorgvisie aangeboden door het college aan de raad. Hierin staat o.a. dat we ieder jaar een scan van (gemeentelijk) vastgoed maken dat leegstaat of leeg komt. Met zorgpartijen gaan we in gesprek over inzet van vrijgekomen zorgvastgoed voor de brede, sociale huisvestingsopgave. We beoordelen of het interessant is om vastgoed aan te passen voor (tijdelijke) huisvesting van aandachtsgroepen of senioren. We realiseren (doorstroom-)locaties waar urgent woningzoekenden zoals statushouders, jongvolwassenen en ex-gedetineerden tijdelijke woonruimte hebben en waar zij vanuit rust verder kunnen doorstromen naar een andere

woning. We zetten hiervoor t/m 2026 o.a. het investeringskrediet ‘flexibele woonplekken’ voor in. De uitvoering hiervan is geborgd in de uitvoeringsagenda van de woonzorgvisie. Deze scan vindt dus jaarlijks plaats.

Naast de jaarlijkse scan kunnen we ook ad hoc onderzoek uitvoeren. Het huisvesten van aandachtsgroepen in een leegstaand pand vergt zorgvuldig vooronderzoek.⁴ We continueren het onderzoek waarbij we, als we een mogelijk geschikt pand vinden, inzichtelijk maken wat die effecten zijn, welke financiële consequenties dit heeft en op welke wijze dit mogelijk gefinancierd kan worden. Momenteel valt een aanvullende invulling namelijk buiten beschikbare budgetten. Hieronder leggen we kort uit waarom. Een uitgebreidere toelichting is te lezen in bijlage 1.

Het huisvesten van personen uit aandachtsgroepen in een pand in gemeentelijk leegstandsbeheer, waarbij we rekening willen houden met de sociale cohesie in de wijk, brengt verschillende vraagstukken en knelpunten met zich mee. Naast ‘harde’ technische en juridische kanten, gaat het daarbij ook om vragen van ‘zachte’ aard. Zo moeten we onderzoeken of de partijen die voor de opvang van dak- en thuislozen zorgen, de rol van ‘oppassers’ zouden kunnen vervullen. Dat vraagt altijd om een zorgvuldige (maatwerk) benadering. Omdat er begeleiding voor deze oppassers beschikbaar moet zijn, is het alleen zinvol om personen uit aandachtsgroepen in groepsverband te huisvesten. Dat brengt verdere uitdagingen met zich mee op technisch vlak, omdat een pand in beginsel vaak niet geschikt is voor wonen. Voor een enkele oppasser is het relatief simpel om het (tijdelijk) bewoonbaar te maken, voor een groep bewoners is dat een grote uitdaging.

Als we voldoende kansen zien voor het huisvesten van aandachtsgroepen in een bepaald pand, is er nog onderzoek van technische en juridische aard nodig. Voor het desbetreffende pand moet namelijk inzichtelijk worden gemaakt wat deze vernieuwde invulling betekent voor de wettelijke eisen aan, en kosten voor, leegstandsbeheer. Dit verschilt per type pand, omdat het gaat om zaken als brandveiligheid, installaties, ventilatie, daglichttoetreding en brandveiligheid. Voor dergelijk aanvullend onderzoek zijn, kortom, aanvullende budgetten nodig. Het is namelijk een andere invulling dan de reguliere vorm van leegstandsbeheer.

15. Onderzoek naar het huisvesten van meer oppassers in gemeentelijk vastgoed

Binnen de kaders van het leegstandsbeheer en het daarvoor beschikbare budget geven wij momenteel zo efficiënt mogelijk invulling aan het plaatsen van oppassers. Dat wil zeggen dat wij doen wat noodzakelijk is (het treffen van de noodzakelijke maatregelen rondom veiligheid, energie en aanbrengen voorzieningen) om tijdelijk wonen, op een zo veilig mogelijke manier, tegen geringe kosten, mogelijk te maken.

Uit intern onderzoek blijkt dat het soms mogelijk is om een extra oppasser in een leegstaand pand te plaatsen. Dit kan echter niet altijd direct, omdat leegstandsbeheerders een bepaalde mate van flexibiliteit nodig hebben, om te voorkomen dat oppassers zonder onderdak komen te zitten wanneer zij een pand moeten verlaten. Hierdoor kan het aantal oppassers per pand variëren, afhankelijk van de beschikbaarheid en de doorstroom tussen panden. Bij vertrek verhuist een oppasser naar een nieuw leegstaand pand of deelt tijdelijk een andere locatie met een collega-oppasser. Bij het verhogen van het aantal oppassers gaat het daarom om enkele oppassers. Het uitgangspunt blijft om binnen de beschikbare ruimte zoveel mogelijk oppassers te huisvesten.⁵

Als we voldoende kansen zien voor het verhogen van het aantal oppassers in een bepaald pand, is er nog onderzoek van technische en juridische aard nodig. Voor het desbetreffende pand moet namelijk inzichtelijk worden gemaakt wat deze vernieuwde invulling betekent voor de wettelijke eisen aan, en kosten voor, leegstandsbeheer. Dit verschilt per type pand, omdat het gaat om zaken als brandveiligheid, installaties, ventilatie, daglichttoetreding en brandveiligheid.

Bij het plaatsen van meer oppassers zal altijd een zorgvuldige afweging gemaakt worden tussen de baten en de lasten, waarbij we proberen zoveel mogelijk oppassers te plaatsen binnen de specifieke mogelijkheden van de locatie, en het aantal oppassers dat beschikbaar is. Het huisvesten van substantieel meer oppassers in een leegstaand pand vergt zorgvuldig vooronderzoek. We continueren het onderzoek waarbij we, als we een mogelijk geschikt pand vinden, inzichtelijk maken wat die effecten zijn, welke financiële consequenties dit heeft en op welke

⁴ Zie bijlage 1, ‘c. definitie: leegstand en wonen’ voor een toelichting waarom dit niet één op één te realiseren is.

⁵ Zie bijlage 1, ‘c. definitie: leegstand en wonen’ voor verdere toelichting.

wijze dit mogelijk gefinancierd kan worden. Voor dergelijk aanvullend onderzoek zijn aanvullende budgetten nodig. Het is namelijk een andere invulling dan de reguliere vorm van leegstandsbeheer.

16. Onderzoek naar mogelijkheden voor meer sturing op culturele invulling bij leegstandsbeheer

Met het Broedplaatsenbeleid (2024) zetten we in op het faciliteren van ruimte voor en door creatieve makers. Naast hun culturele en artistieke waarde zijn broedplaatsen ook in een bredere context van belang voor onze stedelijke ontwikkeling. Broedplaatsen dragen bij aan de unieke identiteit van wijken en bieden sociale knooppunten die bewoners en creatieve makers samenbrengen. Ze scheppen daarmee ruimte voor publieke programma's en evenementen, waardoor een gevoel van verbondenheid en gedeelde ervaring ontstaat. Tijdelijke culturele en kunstzinnige initiatieven helpen bovendien bij het tegengaan van leegstand. De aanwezigheid van broedplaatsen kan ontwikkelgebieden nieuw leven inblazen, wat leidt tot een stijging van de vastgoedwaarde en extra investeringen die stedelijke vernieuwing bevorderen.

In onze Nachtvisie (2024) hebben we het belang van de nacht onderkend voor de culturele en stedelijke ontwikkeling van Nijmegen. Nachtcultuur levert een grote bijdrage aan het culturele klimaat in Nijmegen. Daarnaast heeft de aanwezigheid ervan positieve economische effecten en een positieve invloed op de aantrekkelijkheid en het imago van de stad (Old City, Young Vibe). Tenslotte levert de aanwezigheid van nachtcultuur een bijdrage aan het welzijn van onze inwoners. Met de Nachtvisie Nijmegen willen we op integrale wijze inzetten op het zichtbaar maken, behouden en versterken van een aantrekkelijke nachtcultuur voor iedereen. We willen de nachtcultuur versterken door deze te ontwikkelen naar de toekomst. Een van de concrete punten daarbij is het gebrek aan broedplaatsen in de nachtcultuur waar ruimte is voor uitwisseling en experiment tussen publiek en makers.

Bij leegstandsbeheer blijven we hiertoe samenwerken met atelierbeheerorganisatie SLAK. Daarnaast verkennen we ook of we ten aanzien van leegstandsbeheer meer kunnen sturen op invulling met andere culturele functies. Denk hierbij aan bijvoorbeeld experimenteerruimte voor nachtcultuur, zoals beschreven in ons broedplaatsenbeleid en onze Nachtvisie. De uitvoering hiervan ligt als centrale opgave in de samenwerking tussen Cultuur, Vastgoed en Economie.

Bijlages

Bijlage 1: Achtergrondinformatie leegstand in Nijmegen

Bijlage 2: Eerste analyse Vastgoed in Kaart

Bijlage 3: Onderzoek Economische versterking van de Nijmeegse binnenstad, Stec Groep, 2024

Bijlage 1: Achtergrondinformatie leegstand in Nijmegen

Eerst wordt aan de hand van de definities uit de Leegstandsnotitie (2024) beschreven wat leegstand is. Hierna wordt de omvang van leegstand in cijfers gedeeld voor winkels en gemeentelijk vastgoed. Vervolgens wordt aandacht besteed aan het verband tussen woonfuncties en leegstanden panden.

a. Definitie: wat is leegstand?

De Leegstandsnotitie (2024) schrijft dat de definitie van leegstand genuanceerder is dan de term doet vermoeden. Leegstand suggereert dat ruimte leeg staat en in het geheel niet wordt gebruikt. In de praktijk ligt dit vaak genuanceerder. Leegstand kan door de tijd heen ontstaan doordat een gebouw steeds minder wordt gebruikt of er kan sprake zijn van verhuisbewegingen, waarbij de ene ondernemer het pand verlaat en er een bepaalde 'lege' periode tussen zit voordat de volgende ondernemer het pand betreft. Op die manier lijkt er leegstand te zijn, maar is dit in de praktijk niet het geval.

Het bestrijden van leegstand heeft een publiek belang. Bij leegstand blijft namelijk ruimte onbenut, de leefbaarheid wordt aangetast en de kans op kraken neemt toe. Tegelijkertijd is leegstand noodzakelijk. Leegstand zorgt namelijk voor ruimte waardoor er keuzemogelijkheden bestaan voor ondernemers en ontwikkelaars. Hierdoor kunnen verhuisbewegingen ontstaan. We maken daarom onderscheid tussen drie typen leegstand naar duur:

- Kortdurende/aanvangs-/frictieleegstand: leegstand dat maximaal één jaar duurt. Dit is onvermijdelijke leegstand die bewegingen mogelijk maken op de markt. Er is per type vastgoed een drempelwaarde, wat staat voor 'gezonde' leegstand waarbij de markt goed functioneert.
- Langdurige leegstand: leegstand dat één tot drie jaar duurt. Panden staan wat langer leeg, door een groter herstructureringsproject (herontwikkeling). Het kan dan gaan om een overbruggingsperiode. Het pand wordt grondig verbouwd of gesloopt en opnieuw gebouwd. De eigenaar maakt het complex geleidelijk leeg waardoor er leegstand ontstaat. In de tussentijd kunnen er wel tijdelijke huurcontracten worden afgesloten om het gebouw zo lang mogelijk te benutten. Ook kunnen er oppassers in het gebouw geplaatst worden ('antikraak').
- Structurele leegstand: leegstand dat drie of meer achtereenvolgende jaren duurt. Net als bij langdurige leegstand kunnen er verschillende redenen waarom een pand structureel leeg staat. Zo kan een herontwikkelingsproject langer duren dan verwacht.

Er zijn, kortom, verschillende oorzaken waarom een pand leeg kan staan. Dit laat zien dat leegstand niet altijd een probleem is. Deze nuanceringen zijn belangrijk om in het achterhoofd te houden bij leegstandscijfers: leegstand is op zichzelf niet een verschijnsel dat als 'negatief' kan worden aangeduid. Bovendien is niet alle leegstand op papier (in cijfers) werkelijk leegstand. Bij de interpretatie van cijfers is het goed om hier rekening mee te houden.

b. Cijfers: hoeveel leegstand is er?

In de binnenstad

Het gaat al jaren goed met leegstand in de binnenstad: deze is al jaren op rij erg laag. Deze trend is in tabel 1 weergegeven. Om een goede vergelijking voor de trend door de jaren te heen te maken, wordt januari als meetmoment genomen. In tabel 1 is ook het meetmoment november in 2024 toegevoegd om een zo actueel mogelijk beeld te geven. Leegstand in winkelpanden is namelijk een erg dynamisch begrip.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024 (jan)	2024 (nov)
In winkelunits	56	54	86	69	64	61	76	82
In oppervlakte (wvo, m2)	19075	9224	13247	8878	7977	6450	9096	9271
Percentage leegstaande wvo t.o.v. totale wvo	13,4%	6,8%	9,4%	6,7%	6,0%	4,7%	6,6%	6,3%

Tabel 1: Leegstand in de binnenstad, peildatum 18 november 2024.

In vergelijking met de benchmark – steden die op verschillende kenmerken vergelijkbaar zijn met Nijmegen – is ook te zien dat de leegstand in Nijmeegse binnenstad relatief gezien laag is (zie tabel 2). Gemiddeld is leegstand in de binnenstad van de benchmark 8,1%.

	Arnhem	Eindhoven	Enschede	Groningen	Leiden	Maastricht	Tilburg	Nijmegen
In winkelunits	105	50	61	86	59	112	65	82
In oppervlakte (wvo, m2)	16822	13529	9966	13659	15606	13668	8926	9271
Percentage leegstaande wvo t.o.v. totale wvo	11,3%	8,6%	7,3%	6,8%	10,5%	7,3%	7,0%	6,3%

Tabel 2: Leegstand in de binnenstad, vergelijking met benchmark, peildatum 18 november 2024.

In wijk- en buurtwinkelcentra

Leegstand in wijk- en buurtwinkelcentra is zeer beperkt. Te zien valt dat leegstand met name in winkelcentrum Dukenburg voorkomt. Dit is bekend van het winkelcentrum, het is een ontwikkellocatie. In tabel 3 is de leegstand op basis van het winkelvloeroppervlakte (wvo) in november 2024 weergegeven. Let op: in de tabel worden alleen locaties van buurt- en wijkwinkelcentra weergegeven waar leegstand is aangetroffen. In de overige 14 buurt- en wijkwinkelcentra die niet in deze tabel staan, is op de peildatum dus geen leegstand aangetroffen.

Buurt- of wijkwinkelcentrum	Leegstand in wvo		Waarvan aanvang		Waarvan langdurig		Waarvan structureel		Waarvan verbouw		Leegstand in units	
	m ²	%	m ²	%	m ²	%	m ²	%	m ²	%	aantal	%
Bebouwde kom	658	1%	658	100%							6	1%
De Notenhout	100	3%					100	100%			1	6%
Dukenburg	3744	15%	386	10,3%	853	22,8%	2505	66,9%			19	18%
Fransestraat	56	5%	30	54%	26	46%					2	12%
Hatert	74	1,5%	40	54%					34	46%	2	7,7%
Horstacker	60	4%	60	100%							1	17%
Leuvensbroek	30	2%	30	100%							1	10%
Malvert	254	15%	254	100%							3	25%
Miro center	279	4%					279	100%			1	5%
Molenweg-Zuid	30	5,5%			30	100%					1	11%
Prins Hendrikstraat	50	3,6%	50	100%							1	4%
St. Jacobslaan	290	17,6%	290	100%							1	13%
Willemsweg	280	13,4%	250	89,3%			30	10,7%			3	10,3%
Eindtotaal	5905	2,9%	2084	35,3%	909	15,4%	2914	49,3%	34	0,6%	42	4,5%

Tabel 3: Leegstand in buurt- en wijkwinkelcentra in Nijmegen, peildatum 18 november 2024. Percentages in kolommen 'leegstand in wvo' en 'leegstand in units' zijn percentages ten opzichte van het geheel aan wvo of units op de betreffende plek. Percentages in kolommen 'aanvang', 'langdurig', 'structureel' en 'verbouw' zijn percentages ten opzichte van het geheel aan leegstand in wvo op de betreffende plek.

In gemeentelijk vastgoed

Onderstaande tabel 4 is een weergave van alle verblijfsobjecten die in eigendom zijn van de gemeente Nijmegen. Denk hierbij aan wijkcentra, sportzalen, scoutinggebouwen, ateliers- en opvanglocaties, maar ook ons stadhuis en enkele woningen. Verblijfsobjecten zijn gebouwen die geschikt zijn om te gebruiken voor een functie als wonen, werken of plezier. Hiertoehoren bijvoorbeeld niet onze terreinen, ruïnes, rioolgemaal of liften.

Als een verblijfsobject leeg komt te staan, wordt leegstandsbeheer (antikraak) toegepast. In de tabel is dat te zien in de kolom 'waarvan in leegstandsbeheer'. Uitzondering hierop is als de bouwkundige staat dit niet toelaat, en verblijven niet veilig mogelijk is. Dat is bij 4 van de 362 verblijfsobjecten het geval.

De verblijfsobjecten van stadsontwikkeling zijn als aparte categorie aangegeven. Deze gebouwen zijn aangekocht met een strategisch doel, zoals sloop, herontwikkeling of herhuisvesting van bedrijven. Door deze verblijfsobjecten aan te kopen, kunnen nieuwe ruimtelijke ontwikkelingen in de stad mogelijk gemaakt worden. Deze gebouwen zijn tijdelijk in eigendom van de gemeente.

	Totaal verblijfsobjecten	Waarvan in leegstandsbeheer	Waarvan leegstand	Waarvan leegstand gedeeltelijk
Gemeentelijke verblijfsobjecten, niet zijnde strategisch vastgoed	278	6 (2,2%)		1 (0,4%)
Verblijfsobjecten stadsontwikkeling (strategisch vastgoed)	84	26 (31%)	4 (4,7%)	
Totaal	362	32	4	1

Tabel 4: Omvang gemeentelijke verblijfsobjecten, peildatum 6 november 2024.

c. Definitie: leegstand en wonen

Het lijkt logisch om een koppeling te maken tussen gemeentelijke leegstaande panden en de wooncrisis. In een leegstand pand kunnen mensen wonen, is een makkelijke gedachte. Deze gedachte popt des te sneller op als het gaat om de noden en behoeften van aandachtsgroepen.

Panden staan met een reden leeg

Zowel in de binnenstad, in buurt- en wijkwinkelcentra als in het gemeentelijk vastgoedbestand staan panden niet 'zomaar' leeg: er is altijd een reden. Dat is ook te lezen in 'a. Definitie: wat is leegstand?'. De groep panden die tijdelijk leegstaan, zijn vooral in afwachting van huuronderhandeling of opknappen van de etalage, inrichting en verduurzamingsmaatregelen. Op locaties die structureel leegstaan zijn de redenen uiteenlopend (niet betrokken verhuurder, pand onvoldoende marktconform). Zoals in 'b. Cijfers: hoeveel leegstand is er?' is te zien, is er met name kortdurende leegstand in de Nijmeegse binnenstad en buurt- en wijkwinkelcentra. Het gaat daarom om panden die op korte termijn weer gevuld gaan worden.

Panden die met een reden leegstaan, kunnen niet gebruikt worden voor wonen. Er is namelijk al een andere invulling.

Panden zijn niet altijd geschikt te maken voor wonen

Panden die langduriger (drie maanden of langer) leegstaan, zijn niet per definitie geschikt om woningen in te maken. Soms is een pand in leegstandsbeheer. Dan wonen er tijdelijk oppassers in. De leegstandsbeheerder zorgt in dat geval voor een tijdelijke douche en warmtevoorziening. Met minimale inspanning wordt een pand op deze manier geschikt gemaakt voor tijdelijke bewoning door oppassers. Op deze manier wordt kraken voorkomen. Het pand laten bewonen door oppassers brengt altijd een investering met zich mee voor de eigenaar van het pand. De opbrengst is dat het pand beschermd is tegen kraken.

Meer mensen laten oppassen in een gebouw vraagt meestal om grote verbouwingen. Daarnaast wordt andere wet- en regelgeving van toepassing, waar het pand dan aan moet voldoen. Dat brengt hoge kosten, en soms langdurige procedures met zich mee. Dat is nadelig, omdat het gebouw in leegstandsbeheer eigenlijk in afwachting is van een nieuwe invulling. Een grote verbouwing voor tijdelijke invulling is daarom niet in verhouding tot de uiteindelijke invulling van het pand.

Daarnaast biedt het oppassen geen oplossing voor de wooncrisis. Oppassers krijgen namelijk geen huurcontract, maar een gebruikersovereenkomst. Oppassers zijn geen huurders. Als het desbetreffende pand verder ontwikkeld gaat worden, hebben de oppassers een korte termijn waarop ze het pand moeten verlaten. Bij het huisvesten van meer oppassers, kan het huisvestingsprobleem op korte termijn weliswaar opgelost lijken, maar op lange termijn groter worden: doordat er meer mensen uit het pand moeten, is het huisvestingsprobleem

vervolgens urgenter. De leegstandsbeheerders plaatsen steeds zoveel oppassers dat het pand op strategische punten bewoond wordt, om kraken tegen te gaan, en de veiligheid van de oppassers ook gewaarborgd is. Daardoor is het vaak niet mogelijk om oppassers te laten wonen op verdiepingen. Als deze oppassers weg moeten, dan proberen de leegstandsbeheerders deze oppassers weer naar een ander pand te verhuizen. Daarvoor is het dus ook nodig dat niet alle panden altijd door zoveel mogelijk oppassers bewoond worden. Er is enige flexibiliteit nodig.

Tot slot kan een pand ongeschikt zijn voor wonen omdat het niet wenselijk is in de omgeving. Dat is bijvoorbeeld het geval bij wonen in leegstaande winkelpanden. Het gaat dan om wonen op de begane grond. In de winkelstraten heeft wonen op de begane grond zeer negatieve effecten voor het economisch functioneren van het winkelgebied. Het heeft impact op de consumentenbeleving, verlaagt de noodzakelijke traffic, breekt bezoekersroutes op, heeft niet de gewenste uitstraling die nodig is voor een levendige winkelstraat en leidt tot negatieve omgevingseffecten (afval op straat, fietsen, verrommeling). In dit soort gevallen is het wenselijker om tot een andere invulling van panden te komen, die juist het economische klimaat van de omgeving versterkt.

Niet voor iedereen is wonen in een pand in leegstandsbeheer geschikt

Oppassers kennen de risico's van het tijdelijk bewonen van deze panden. Er kan gesteld worden dat zij in grote mate hier zelf voor kiezen. In het geval van aandachtsgroepen, waarvoor ook een woningtekort is, geldt dat niet, of in mindere mate. Voor een deel van de senioren en mensen uit aandachtsgroepen is meer nodig dan alleen een dak boven het hoofd om prettig en stabiel te kunnen wonen (Uitvoeringsagenda Woonzorgvisie, 2024). Alleen met de juiste ondersteuning en zorg kunnen zij (blijven) deelnemen aan de Nijmeegse samenleving. Er is passende ondersteuning en zorg in huis voor senioren en aandachtsgroepen. Dat geldt ook voor bijvoorbeeld de doelgroep dak- en thuislozen. Bij het huisvesten van deze doelgroep kan daarom bijvoorbeeld de inzet van een sociaal beheerder nodig zijn. De panden lenen zich er meestal niet toe om voldoende mensen uit de aandachtsgroepen te plaatsen, alsmede een sociaal beheerder.

Realiseren van opvangplekken

Om te voldoen aan de verschillende wensen en behoeften van aandachtsgroepen, is het wenselijk om huisvesting van deze groepen in grotere geclusterde woonvormen te organiseren. Dat is een kostbaar en tijdrovend proces, maar wordt wel op veel plekken gedaan. Denk hierbij aan de opvanglocaties verspreid in de stad (bijvoorbeeld de locaties aan de Stieltjesstraat, Tweede Walstraat, Prins Hendrikstraat, Dommer van Polderveldtsweg, Daniëlsweg en de Schependomlaan). Waar dat mogelijk is, wordt deze manier van opvang realiseren gebruikt.

Conclusie: leegstaande panden en (tijdelijke) invulling

Panden staan dus niet zomaar leeg. Er is altijd een bepaald deel van de panden dat leegstaat omdat er al een nieuwe invulling gezocht wordt. Maatschappelijke opvang en vastgoed werken nauw samen om opvangplekken (tijdelijke huisvesting) te realiseren. Op deze manier kan er in gemeentelijke panden gewoond worden.

Op plekken waar tijdelijke huisvesting geen mogelijkheid is, wordt gekeken naar waar de behoefte voor nieuwe invulling ligt. In het geval van de binnenstad en buurt- en wijkwinkelcentra kan dat een meer economisch of cultureel karakter hebben, om de levendigheid in een gebied te versterken. Om deze manier wordt de maatschappelijke functie van deze gebieden versterkt.

Bijlage 2: Vastgoed in Kaart

Eerste analyse van de binnenstad

Voorjaar 2022 | Actualisatie voorjaar 2024

Gemeente Nijmegen, april 2024

In deze analyse is de verdeling van vastgoedeigendom in de Nijmeegse binnenstad bekeken. Er is gekeken naar patronen in eigendom, en hoe dit verdeeld is over de Nijmeegse binnenstad. De belangrijkste aandachtspunten:

- Nijmegen heeft een sterke binnenstad, verdeeld in A1-B2 locatiesegmenten.
- Het vastgoedeigendom in de binnenstad is erg versnipperd. Met name kleine partijen bezitten een groot deel van het vastgoed.
- Het vastgoedbezit van de grootste vastgoedeigenaren bevindt zich in het B1- en B2-locatiesegment. Dit zijn locaties waar veel herontwikkeld is of gaat worden.

Het vastgoedeigendom is dus erg versnipperd. Dat kan samenwerking met vastgoedeigenaren, in het kader van ontwikkelingen in de binnenstad, lastiger maken. Aanbevolen wordt daarom om te kijken naar uitbreidingsmogelijkheden van de al bestaande werkgroep Vastgoed.

Het analysegebied binnenstad is afgebakend tot de binnenstadskern met een focus op horeca, detailhandel en dienstverlening. De ringstraten en Waalkade zijn hierin buiten beschouwing gelaten. In figuur 1 is het analysegebied te zien.



Figuur 1:
Analysegebied

Hoe is de binnenstad economisch gezien opgebouwd?

Locatiesegmenten tonen economische kerngebieden in steden op basis van passantenstromen en uitgavenpatronen. In deze analyse zijn ze relevant voor inzicht in de verdeling van vastgoedeigendom. Een overzicht van de Nijmeegse binnenstad laat zien hoe deze segmenten zijn verdeeld en zich ontwikkelen.

Typering van locatiesegmenten

De segmenten worden geclassificeerd op basis van het aantal passanten, waarbij het segment met de meeste passanten wordt beschouwd als het hoogste. De segmenten zijn als volgt ingedeeld:

- **A1-segment:** De drukste winkelstraten, met 75-100% van de passanten ten opzichte van de drukste locatie. Deze gebieden hebben hoge huurprijzen en een hoge filialisingsgraad. Voorbeelden zijn de Grote Markt, noordelijke Broerstraat en westelijke Burchtstraat.
- **A2-segment:** Ontvangt 50-75% van de passanten van het A1-segment. Het bevat vaak kleinere winkels en minder grote publiekstrekkers, maar profiteert van de nabijheid van A1-locaties en parkeermogelijkheden. Dit

segment komt voor in de zuidelijke Broerstraat, noordelijke Molenstraat, oostelijke Burchtstraat en een deel van de Lange Hezelstraat.

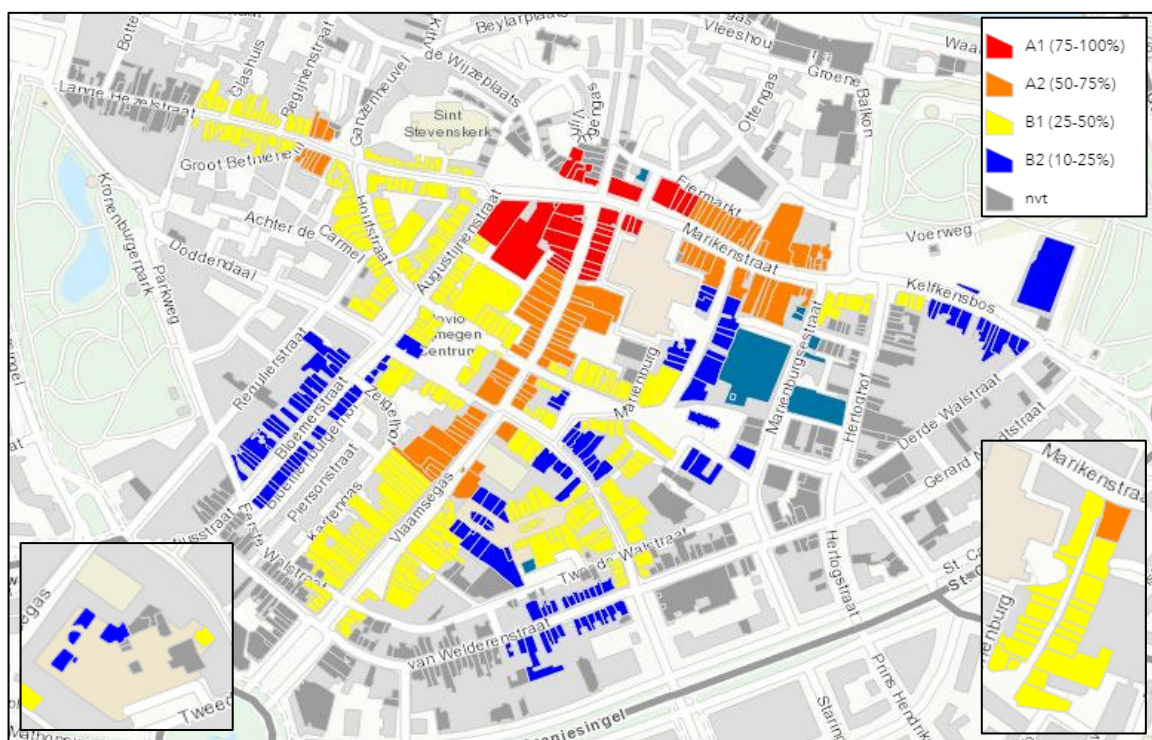
- **B1-segment:** Heeft 25-50% van de passanten en bevat voornamelijk lokale ondernemers met een mix van horeca en dienstverlening. Deze segmenten liggen vaak op autoluwe, maar goed bereikbare plekken, zoals de Lange Hezelstraat, Houtstraat, Augustijnenstraat, Plein 1944, Molenstraat, Pauwelstraat, Ziekerstraat, Mariënborg en Kelfkensbos.
- **B2-segment:** Bevat vooral voorzieningen, met 25-50% van de passanten. Dit segment heeft vaak bredere straten met ruimte voor autoverkeer en parkeren, en bevindt zich onder andere in de Bloemerstraat, Van Welderenstraat, Mariënborg, oostelijk Kelfkensbos en delen van de Molenpoortpassage en Marikenstraat.
- **C-segment:** Het laagste segment, met 10-25% van de passanten. Hier zijn veel verschillende functies te vinden en er is veel ruimte voor parkeren. Dit segment komt niet voor in de binnenstad.



Figuur 2: Kernwinkelgebied.
Bron: Weerbaarheidsanalyse 2022.

Het **kernwinkelgebied** bestaat door de Molenstraat, Plein 1944, Grote Markt, Burchtstraat en Broerstraat (zie figuur 2). Dit gebied heeft de hoogste filialisingsgraad (42% in 2022), vergelijkbaar met benchmarksteden.

Vergelijken we de segmentverdeling uit 2022 met eerdere jaren, dan blijkt dat A1-locaties minder dominant zijn geworden, terwijl B-locaties sterker zijn geworden. Dit wijst op een betere doorstroming in de stad.



Figuur 3: Locatiesegmenten in de Nijmeegse binnenstad. Inzet linksonder: bovenniveau Molenpoortpassage. Inzet rechtsonder: bovenniveau Marikenstraat. Bron: Stadscentrummonitor 2022 op basis van gegevens van Locatus. Let op: straatnaamgeving is niet altijd correct.

Wat zijn eigendomspatronen in de binnenstad?

Er kunnen verschillende types vastgoedeigenaren onderscheiden worden. In dit onderscheid komen drie niveaus samen: schaal (hoe groot is de eigenaar?), bezit (hoeveel bezit de eigenaar?) en juridische status (om wat voor type onderneming gaat?). Soms overlappen categorieën.

- De Nijmeegse binnenstad is uniek in haar opbouw. Van oudsher kent de binnenstad veel lokale ondernemers die in de loop van de tijd hun pand in bezit hebben kunnen nemen. Deze panden zijn veelal nog steeds in bezit van de lokale eigenaren. Deze categorie eigenaren heet **zelfstandig ondernemers**.
- **Particuliere beleggers** vormen een andere categorie. Dit type eigenaren koopt vaak een pand met als doel het langdurig te verhuren. Onder deze categorie verstaan we privépersonen die beleggen in een pand.
- Een tweede categorie eigenaren die onderscheiden kan worden is **ontwikkelande eindbelegger**. Dit type eigenaar is in samenspraak met de huurder verantwoordelijk voor de ontwikkeling en realisatie van het pand.
- **Institutionele beleggers**, zoals pensioenfondsen, verzekeringsinstellingen en beleggingsfondsen, beheren gelden van derden die voortkomen uit activiteiten zoals pensioenverzekeringen en het aanbieden van beleggingsopties. Ze investeren deze middelen volgens het gewenste risicoprofiel van hun klanten.
- Tot slot onderscheiden we de categorie **publieke eigenaren**. Deze categorie omhelst publieke actoren (zoals de gemeente) die panden in bezit hebben. Deze panden hebben een maatschappelijke functie.

Categorieën van eigendom in de Nijmeegse binnenstad

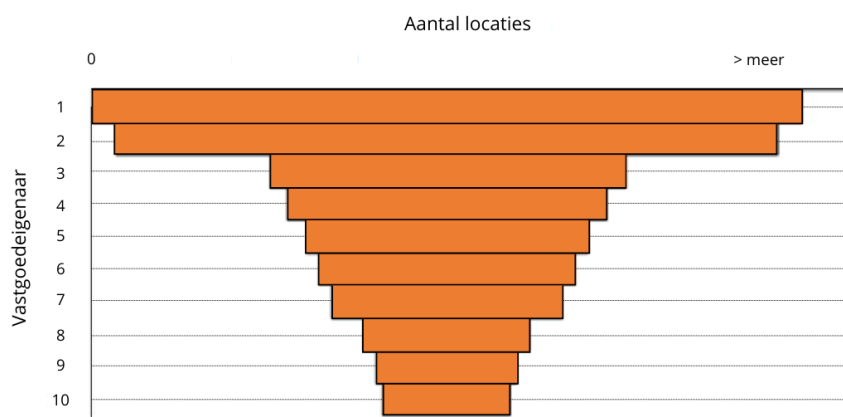
Het type vastgoedeigenaar dat het meest voorkomt in de top vastgoedeigenaren van de Nijmeegse binnenstad is de particuliere belegger, gevolgd door de ontwikkelende eindbelegger. Tabel 3 is als volgt gevormd: allereerst is de volgorde van de tien grootste vastgoedbezitters bepaald. Deze zijn vervolgens, omwille van anonimiteit, getypeerd naar een van bovenstaande categorieën. Zo is de gemeente Nijmegen in termen van omvang van de vastgoedportefeuille de derde partij en is te typeren als 'publieke eigenaar'. Deze categorie is vervolgens op positie 3 in de tabel te zien. Daarmee is de gemeente Nijmegen dus de derde actor in rij als het gaat om omvang van vastgoedbezit in de binnenstad.

Positie	Categorie
1.	Ontwikkelande eindbelegger
2.	Particuliere belegger
3.	Publieke eigenaar
4.	Ontwikkelande eindbelegger
5.	Particuliere belegger
6.	Ontwikkelande belegger
7.	Particuliere belegger
8.	Particuliere belegger
9.	Ontwikkelande belegger
10.	Zelfstandig ondernemer & particulier belegger

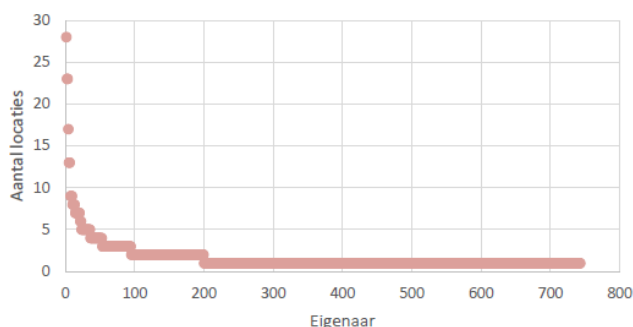
Tabel 1: Top 10 in categorieën naar bezit in aantal vastgoedlocaties

Hoe is vastgoedeigendom in de binnenstad verdeeld?

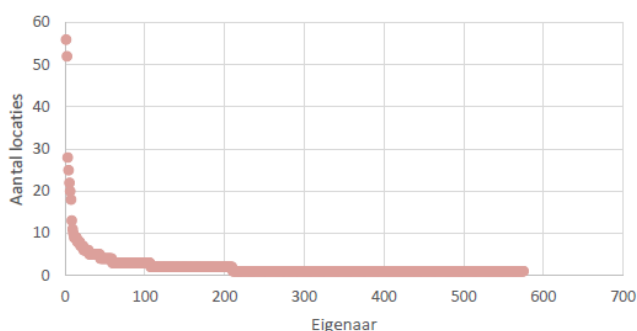
De categorieën eigenaren uit tabel 1 kunnen uitgesplitst worden in het aantal locaties dat zij bezitten. Zie figuur 4 voor het aantal locaties in de 'top' van de vastgoedeigenaren. Deze frequentieverdeling kan verder uitgebreid worden met gegevens van alle vastgoedeigenaren in de Nijmeegse binnenstad. Zie hiervoor figuur 5 en 6.



Figuur 4: Verdeling aantal locaties van de top 10 vastgoed-eigenaren in de Nijmeegse binnenstad



Figuur 5: Vastgoedbezit per rechtspersoon



Figuur 6: Vastgoedbezit per natuurlijk persoon

Uit de figuren hierboven valt op te maken dat er weinig grote partijen en veel kleine partijen zijn in termen van omvang van vastgoedbezit: er zijn slechts 23 partijen die 5 of meer locaties bezitten, en er zijn heel veel partijen die één of enkele locaties bezitten. Uit figuur 5 lijken we op te kunnen maken dat er 95 partijen zijn die op 3 of meer locaties vastgoed bezitten. De overige 647 partijen bezitten vastgoed op 2 of minder locaties.

Uit de frequentieverdeling (figuur 4) valt te zien dat er ook grotere partijen actief zijn in de stad. Alle partijen in figuur 5 lijken onafhankelijk, maar sommigen zijn dat niet: er zijn bedrijven die bij elkaar horen en daarmee dezelfde natuurlijke persoon als eigenaar hebben. Vastgoedeigenaren hebben hun bezit immers vaak ondergebracht in verschillende BV's. Met andere woorden: natuurlijke personen gebruiken meerdere rechtspersonen om het vastgoed in te verdelen. Kijken we naar welke natuurlijke personen welke BV's bezitten, dan komen we op figuur 6 uit. Het hoogste aantal locaties in eigendom is nu gestegen (verticale as) en het aantal eigenaren is afgenomen (horizontale as).

In figuur 4 is te zien dat een kleine groep eigenaren veel locaties vastgoed bezit. 106 eigenaren hebben vastgoed op 3 locaties of meer, de overige 472 eigenaren bezitten op 2 of minder locaties vastgoed. Veruit het grootste deel van de vastgoedbezitters zijn eenpitters, zij bezitten op één locatie vastgoed. Vaak is dit de eigen woning of bedrijfsruimte. Figuur 6 laat zien dat ongeveer 84% van de vastgoedeigenaren vastgoed bezit op 50% van de locaties. Er is dus een grote groep vastgoedeigenaren die op de helft van de locaties vastgoed bezit.

Hoe kan eigendom zich verhouden tot de locatiesegmenten?

We kunnen de verhoudingen zoals geschetst in tabel 1 en figuur 4 combineren in figuur 7 (zie volgende pagina). De figuur, een momentopname uit maart 2022, is inmiddels achterhaald door de dynamiek van de vastgoedmarkt, die voortdurend verandert. Hoewel de gegevens niet meer actueel zijn, biedt de figuur nog steeds waarde als illustratie van het ruimtelijke patroon van vastgoedeigendom in de binnenstad.

Vergelijken we figuur 7 met de locatiesegmenten uit figuur 3, dan valt op dat de top vastgoedbezitters minder actief zijn op A1- en A2 locaties. Dit lijkt tegenstrijdig, omdat dit in theorie de meest aantrekkelijke locaties zijn. De top vastgoedeigenaren zijn minder geïnteresseerd in de hoofdwinkelstraten, in vergelijking met grote nationale vastgoedbezitters die vaak eigenaar zijn van panden op deze locatiesegmenten. De top vastgoedeigenaren van de Nijmeegse binnenstad lijken het meest geïnteresseerd in locaties met potentie tot waardeinstijging. Het vastgoed in het A1- en A2-winkelgebied heeft weliswaar een hoge waarde, maar weinig potentie op een waardeinstijging (figuur 2). De top vastgoedeigenaren zijn hierdoor meer actief in gebieden waar een waardeinstijging verwacht kan worden, zoals in het B1- en B2-winkelgebied.

Daarnaast kunnen we figuur 7 vergelijken met wat we weten over de invulling van functies van panden in de binnenstad. Op deze manier is te zien dat de grootste vastgoedbezitters niet zozeer retail-locaties bezitten, maar veelal locaties met functies als horeca en dagelijks. Daarnaast zien we dat het bezit van deze vastgoedeigenaren erg verspreid is over de binnenstad. Ook wat betreft gebieden is er dus geen sprake van clustering van eigendom.



Figuur 7: Ter illustratie: Locatie van vastgoedeigendom van de top 10 vastgoedbezitters in de Nijmeegse binnenstad. ID1 correspondeert met de 'grootste' vastgoedbezitter. ID11 en ID12 zijn twee grote ontwikkellocaties. Momentopname maart 2022.

Vervolg

De afgelopen decennia is er wat betreft grootste vastgoedbezitters niet veel veranderd op de vastgoedmarkt in de binnenstad: de grootste eigenaren hebben hun vastgoedportefeuilles over het algemeen uitgebreid en blijven samen de grootste bezitters. Wat echter interessant is in de Nijmeegse binnenstad, is dat veel panden in bezit zijn van particuliere, lokale, 'kleine' eigenaren. Ondanks dat er een paar grotere spelers op de vastgoedmarkt in de binnenstad te identificeren zijn, is het grootste gedeelte van de panden in bezit van individuele personen of bedrijven die in totaal een of enkele panden bezitten. Hierdoor is er geen sprake van clustering van vastgoedbezit in de handen van één of enkele spelers. Daarnaast is de ontwikkeling van de binnenstad 'from place to buy to place to meet' te zien in de grote ontwikkelprojecten, zoals de Molenpoortpassage, en, buiten de commerciële functie van panden om, naar een 'place to live'.

Er is nu bekend hoe vastgoedeigendom in de binnenstad verdeeld is. Ter conclusie moet er nu bekeken worden hoe deze kennis daadwerkelijk bijdraagt aan het weerbaar maken van de binnenstad op lange termijn. Wetende wat patronen in vastgoedeigendom zijn, is het van belang dat de gemeente Nijmegen met deze groep eigenaren regelmatig in gesprek gaat, om samen ontwikkelingen, kansen en bedreigingen voor de vastgoedmarkt in de binnenstad te monitoren en erop in te spelen. Zo kan er relatief snel ingespeeld worden op nieuwe ontwikkelingen. Bovendien kan het de opgaves ten goede komen als er een prettige samenwerkingsbasis is gelegd. Momenteel is er al een werkgroep Vastgoed met makelaars actief in Nijmegen. Het kan van groot nut zijn om te onderzoeken of deze samenwerkingsstructuur uitgebreid kan worden naar vastgoedeigenaren.

In de Nijmeegse binnenstad kan samenwerking met vastgoedpartijen relatief moeilijk zijn omdat de binnenstad een grote versnippering van eigenaren kent. Gelijktijdig typeert dat juist het karakter van de Nijmeegse binnenstad: er zijn geen grote clusteringen, zowel in aantal panden dat personen in bezit hebben, als in gebieden waar deze personen panden bezitten. Juist dat maakt dat Nijmegen de stad van iedereen kan zijn én blijven.

Bijlage 3: Onderzoek Economische versterking van de Nijmeegse binnenstad, Stec Groep, november 2024

Zie bijlage vanaf volgende pagina.

Economische versterking van de Nijmeegse binnenstad

Bouwstenen voor 'Plan van Aanpak Functies Binnenstad'

21 november 2024

Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
2. Hoofdconclusies	5
Conclusie 1: de maatschappelijke, sociale en economische impact van de Nijmeegse binnenstad is groot	6
Conclusie 2: volop kansen voor verbreding functieprofiel	6
Conclusie 3: de leegstand in de binnenstad is op gezond niveau	7
Conclusie 4: er is behoefte aan middelgrote winkelunits	8
Conclusie 5: reëel risico op economische verschraling van de binnenstad door ruime planologische mogelijkheden wonen	8
3. Adviezen	9
Aanbeveling 1: werk vanuit deelmilieus binnenstad naar een samenhangend ecosysteem van bedrijven en voorzieningen	10
Aanbeveling 2: voorkom economische verschraling binnenstad, sluit wonen op de begane grond in grote delen planologisch uit	10
Aanbeveling 3: verruim mogelijkheden voor multifunctioneler gebruik vastgoed op verdiepingen en daken	11
Aanbeveling 4: voer een verleidende aanpak voor startende ondernemers, formules en transformatie-initiatieven	12
Aanbeveling 5: maak structuurversterkende keuzes in het hoofdwinkelgebied bij project Fier, Marikenstraat en Broerstraat	13
Aanbeveling 6: zet in lijn met kantorenvisie in op versterking werkfunctie binnenstad	13
Aanbeveling 7: ga door met vergroten verblijfskwaliteit en substantiële vergroening	14
4. Programmatische kansenkaart	15
5. Voorstel projecten	20
6. Bijlage 1: analyse huidige situatie	25
6.1 Aanbod	26
6.2 Leegstand	30
6.3 Koopstromen en waardering	34
6.4 Loopstromen	35
6.5 Demografie	36
6.6 Planologische mogelijkheden	37
7. Bijlage 2: potentie kansrijke functies	41
7.1 Detailhandel	42
7.2 Horeca	51
7.3 Leisure, ontspanning en cultuur	60
7.4 Kantoren	64
7.5 Lichte bedrijvigheid	68
7.6 Dienstverlening	72

1. Inleiding

Aanleiding

Er wordt hard gewerkt aan de Nijmeegse binnenstad

De Nijmeegse binnenstad is continu in ontwikkeling. Er is de afgelopen periode hard gewerkt aan een vitale binnenstad. Met het Actieplan Binnenstad ('Hartje Nijmegen') zijn er over meerdere jaren acties uitgevoerd die hebben geleid tot een groenere, socialere en levendigere binnenstad. Bovendien is in de gebiedsvisie 'Koers voor de binnenstad' een duidelijke stip op de horizon gezet. Maar het werk houdt hier niet op.

Gemeenteraad roept op tot structurele aanpak nieuwe initiatieven

Afgelopen maart is de motie 'Nieuwe Initiatieven' ingediend door de gemeenteraad. Daarin wordt het college opgeroepen om te komen met (1) een structurele aanpak om nieuwe initiatieven naar de binnenstad te halen, (2) bij nieuwe ruimtelijke plannen in het brede centrum, waar mogelijk, ruimte te geven aan winkel- en horecaformules met een middelgroot vloeroppervlak en (3) zich in te spannen om andere functies dan horeca, retail en wonen mogelijk te maken in de binnenstad (denk aan arcadehal, escaperooms, kunstcentrum, beleefcultuur). Voorliggend onderzoek voorziet in beantwoording van deze motie. Ook raken de moties "De verticale stad", "Meer dan de som der delen" en "Klein ingreep voor ons, wereld van verschil voor hen" aan het ruimte bieden voor functies in de binnenstad. Het gaat daarbij bijvoorbeeld om multifunctioneel ruimtegebruik en het inzetten van leegstaande winkelpanden als woonruimte. De Nijmeegse gemeenteraad roept dus via verschillende invalshoeken op tot een duidelijk kader voor de binnenstad en hoe dit via een Plan van Aanpak tot uitvoering komt. Eind 2024 moet het Plan van Aanpak Functies Binnenstad gereed zijn.

Waar nodig: regie voeren over functies op ongewenste locaties in de binnenstad

Naast kansen om initiatieven naar de binnenstad te halen dient er ook kritisch gekeken te worden naar functies op ongewenste locaties. Zo neemt het aantal minder gewenste functies toe (bijvoorbeeld shisha lounges, kant- en klaar voedsel). Ook zijn goede afwegingen nodig rondom wonen in winkelpanden. Dit is op veel plekken in de binnenstad planologisch mogelijk, maar niet overal gewenst. Zo kan wonen in winkelstraten de economische vitaliteit sterk onder druk zetten.

Onderzoek met input van betrokkenen

In het kader van dit onderzoek is gesproken met een brede groep interne en externe betrokkenen. Intern is gesproken met ambtelijke vertegenwoordiging vanuit een breed aantal disciplines (zoals economie, wonen, planologie, gezondheid, stedenbouw, projectontwikkeling). Extern zijn interviews afgenomen met een vertegenwoordiging vanuit Huis voor de Binnenstad, straatmanagers, makelaars en diverse eigenaren van vastgoed in de binnenstad. De resultaten zijn zowel intern als extern gepresenteerd met de mogelijkheid reflectie te geven.

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 zijn de hoofdconclusies van dit onderzoek uitgewerkt. Daarop volgen de aanbevelingen in hoofdstuk 3. In hoofdstuk 4 zijn de belangrijke kansen voor nieuwe functies en concepten uit de binnenstad op een rij gezet. Op een kansenkaart is weergegeven waar diverse functies een plek kunnen krijgen binnen toekomstige ontwikkelingen. In hoofdstuk 5 is een voorstel gedaan hoe aanbevelingen concreet uitvoering kunnen krijgen in de vorm van projecten. Deze vormen input voor het Plan van Aanpak Functies Binnenstad.

In de bijlagen zijn de achterliggende analyses opgenomen. Bijlage 1 betreft een analyse van de huidige situatie ingaande op onderwerpen als aanbod, leegstand en planologische mogelijkheden. Bijlage 2 betreft een analyse van kansen voor nieuwe functies in de binnenstad.



2. Hoofdconclusies

Conclusie 1: de maatschappelijke, sociale en economische impact van de Nijmeegse binnenstad is groot

De Nijmeegse binnenstad heeft een brede maatschappelijke, sociale en economische functie voor de stad die niet te onderschatten is. Dit maakt dat het van groot belang is blijvend te investeren in de binnenstad. Deze functie is samen te vatten in vijf pijlers:

1. **Een ontmoetingsplek voor iedereen.** Nijmegen komt er samen, ongeacht wie je bent en wat je achtergrond is. Een huiskamer voor inwoners en bezoekers, met cafés, restaurants en een breed palet aan culturele instellingen zoals theaters en musea. Dit bevordert cohesie en sociaal-culturele uitwisseling.
2. **Economisch centrum van belang.** De binnenstad huisvest een grote diversiteit aan winkels, bedrijven en markten. Dit zorgt voor werkgelegenheid en stimuleert de lokale economie. De bestedingen in de binnenstad zijn het hoogst in van alle winkelgebieden in geheel Oost-Nederland. De binnenstad is de tweede werklocatie in de stad (na Campus Heijendaal). Of je nu student, creatief ondernemer, vijftigplusser of inwoner met een migratieachtergrond bent: in de binnenstad vind je een passende baan.
3. **Identiteit en Erfgoed.** De historische architectuur en stadsstructuur dragen bij aan de identiteit van Nijmegen, wat belangrijk is voor de lokale trots en gemeenschap. De rijke geschiedenis en bezienswaardigheden maakt de binnenstad aantrekkelijk voor toeristen. Dit draagt bij aan de culturele uitstraling van de stad.
4. **Duurzaamheid en leefbaarheid.** De binnenstad speelt een rol in duurzame stedelijke ontwikkeling, met initiatieven voor groene ruimtes, mobiliteit en milieu. Dit draagt bij aan de kwaliteit van leven voor bewoners en aan het verkleinen van de ecologische voetafdruk.
5. **Educatie en innovatie.** Met instellingen als de Radboud Universiteit en het Radboudumc in de buurt, fungeert de binnenstad in potentie als kenniscentrum, waarbij studenten en onderzoekers ook onderwijs en onderzoek genieten in de binnenstad. Deze potentie kan verder verzilverd worden.



Conclusie 2: volop kansen voor verbreding functieprofiel

Nijmegen groeit en daarmee groeit ook de behoefte aan voorzieningen en bedrijven voor inwoners en bezoekers aan de binnenstad. Nijmegen kan de komende tien á twintig jaar rekenen op meer bestedingen in de winkels, horeca, dienstverleners, culturaanbieders en andere voorzieningen. Hiervoor dient zij wel voldoende ruimte beschikbaar te houden en waar nodig te creëren, zowel in kwantitatieve als kwalitatieve zin. In bijlage 2 zijn per type functie de kansen op een rij gezet. We staan kort stil bij enkele conclusies. In de **winkelmarkt** liggen kansen doorontwikkeling van het bestaande aanbod met city-concepten, middelgrote formules en lokaal ondernemerschap. De circulaire economie biedt specifiek kansen vanwege een groeiende vraag naar duurzame producten en diensten. De **horeca** is goed vertegenwoordigd in de binnenstad en

biedt vooral kansen voor kwalitatief onderscheidende concepten en het activeren van routes en pleinen. Op het vlak van **leisure** liggen door een groeiende focus op gezondheid en welzijn kansen voor bedrijven die zich hierop richten, zoals fitness, kleinschalige wellbeing-concepten (zoals mindfulness, yoga) en gezondheidscentra. Ook liggen er kansen voor een arcadehal, welke momenteel ontbreekt. In de **kantorenmarkt** is een toenemende focus op hoogstedelijke en goed OV-bereikbare locaties. Dit biedt kansen voor het Nijmeegse stationsgebied en ontwikkellocaties in/nabij de binnenstad, met focus op kleinere kantoren en co-working plekken. Op het vlak van **dienstverleners** is het aanbod schoonheidssalons, kappers, nagelstudio's binnen de totale mix voldoende aanwezig. Andere locaties (wijkcentra, voorzieningstrips, gebiedsontwikkelingen) kunnen hier verder in voorzien om deze groei op te vangen. Wel liggen er kansen voor repairshops. Tot slot zijn er kansen in de binnenstad vanwege de grote ruimtebehoefte op werklocaties buiten de binnenstad. Dit door **lichte bedrijvigheid** op deze locaties te verplaatsen en een plek te geven in/nabij de binnenstad. Zo wordt ruimte vrijgespeeld op deze werklocaties en wordt de binnenstad verder verlevendigd. Landelijk past één op de vijf bedrijven op bedrijventerreinen ook goed in de binnenstad (bron: Stec Groep, 2024). Naast verplaatsing kan er beleidsmatig strenger worden gestuurd op het weren van lichte bedrijven (zoals dienstverleners, kleinschalige kantoren, ambachtelijke bedrijven, sportscholen) op werklocaties. Voor deze lichte functies liggen ook kansen buiten de binnenstad, namelijk in de wijk- en buurtcentra van Nijmegen. Deze functies verhogen de levendigheid van de wijkcentra en versterken de sociale cohesie. Dit belang wordt benadrukt in de motie 'zet de wijken niet in de uitverkoop'.

Conclusie 3: de leegstand in de binnenstad is op gezond niveau

Nijmegen heeft uitzonderlijk weinig leegstand in verhouding tot vergelijkbare binnensteden. De aanwezige leegstand staat bovendien grotendeels (70%) maximaal één jaar leeg. Leegstaande panden worden telkens relatief snel weer ingevuld. Dit toont de dynamiek in de Nijmeegse binnenstad waarbij nieuwe lokale ondernemers en landelijke formules veelvuldig locaties zoeken. De groep panden die tijdelijk leeg staan zijn vooral in afwachting van huuronderhandeling of opknappen van de etalage, inrichting en verduurzamingsmaatregelen. Op locaties die structureel leegstaan zijn de redenen uiteenlopend (niet betrokken verhuurder, pand onvoldoende marktconform). De verhuurbare leegstand ligt op 3,9% van het vloeroppervlak en 5,6% van de panden. In vergelijkbare binnensteden is dit respectievelijk 9,2% en 8,6%. Daarbovenop is er een concentratie van niet-verhuurbare leegstand in de Molenpoortpassage, in afwachting tot herontwikkeling. Hoewel de feitelijke leegstand in Nijmegen laag is, wordt de leegstand soms hoger ervaren doordat leegstand zich clustert op een aantal locaties. Het gaat daarbij met name om de Marikenstraat (bovenzijde), Broerstraat en Molenpoortpassage. Hier spelen diverse kwalitatieve aspecten (zie aanbevelingen).



Conclusie 4: er is behoefte aan middelgrote winkelunits

Net als in andere binnensteden heeft Nijmegen als gevolg van landelijke trends (online winkelen, consumentengedrag) te maken gehad met krimp in de winkelmarkt. In de afgelopen vijf jaar is het winkelareaal in Nijmegen juist gestabiliseerd. In vergelijkbare binnensteden daalde dit. Op basis van marktanalyse verwachten we op middellange termijn geen tot beperkte verdere krimp van het winkelaanbod in de Nijmeegse binnenstad. Uit marktconsultatie en marktanalyse (bijlage 2) blijkt dat Nijmegen minder in staat is formules te huisvesten: er zijn beperkt locaties beschikbaar die voldoen aan de kwalitatieve eisen. De oorzaak ligt in een geschikte korrelgrootte (maat) van de winkelunits in combinatie met een geschikte locatie. Specifiek gaat het om middelgrote units (250 m² wvo tot 1.000 m² wvo in het bijzonder) die in het kernwinkelgebied gelegen zijn (A-locaties). Hoewel in het kernwinkelgebied diverse panden leeg staan, zijn dit overwegend zeer kleinschalige panden die niet aansluiten bij de marktvraag. In deze panden komt dan regelmatig laagwaardiger aanbod wat de economische vitaliteit van de straat aantast. Om de winkelmarkt goed te laten blijven functioneren is het van belang voldoende formules te huisvesten en dus ruimte te creëren voor formules met een middelgrote maat. De brede aantrekkingskracht en trekkracht van deze formules vormt een belangrijke voedingsbodem voor zelfstandig ondernemers en andere voorzieningen in de binnenstad. Landelijke winkelketens bedienen een groot publiek; lokale ondernemingen voegen diversiteit en karakter toe.

Conclusie 5: reëel risico op economische verschraling van de binnenstad door ruime planologische mogelijkheden wonen

De Nijmeegse binnenstad is letterlijk en figuurlijk het kloppende hart van de stad met een breed palet aan winkels, horeca, dienstverleners en andere voorzieningen. De wisselwerking tussen deze voorzieningen is groot: consumenten maken volop combinatiebezoeken en de voorzieningen zorgen voor elkaars *traffic*. Simpel gezegd: als je directe buur-collega succesvol is en veel klanten trekt dan profiteer je hier 1-op-1 van. Tegelijkertijd is er in Nijmegen grote behoefte aan extra woningen. De binnenstad heeft als hoog-stedelijk gebied veel te bieden voor diverse doelgroepen in de woningmarkt. Door de hoge druk in de woningmarkt wordt het voor vastgoedpartijen steeds aantrekkelijker om winkels om te bouwen naar woningen. Er zijn steeds meer voorbeelden in de Nijmeegse binnenstad waar dit is gebeurd. In de winkelstraten heeft wonen op de begane grond echter zeer negatieve effecten. Het heeft impact op de consumentenbeleving, verlaagt de noodzakelijke *traffic*, breekt bezoekersroutes op, heeft niet de gewenste uitstraling die nodig is voor een levendige winkelstraat en leidt tot negatieve omgevingseffecten (afval op straat, fietsen, verrommeling). Voor wonen op de begane grond in winkelstraten zijn dus zeer zorgvuldige afwegingen nodig. In het huidige bestemmingsplan zijn de planologische mogelijkheden voor wonen zeer ruim bestemd. Vrijwel elk winkelpand kan omgebouwd worden tot woning, van de Broerstraat tot Lange Hezelstraat. Hierin schuilt een zeer groot risico. Vaak is de situatie onomkeerbaar: het is financieel onaantrekkelijk om een woning weer terug om te zetten naar winkel vanwege opbrengsten en investeringskosten (realisatie faciliteiten zoals keuken, badkamer, installaties). In andere woorden: als er eenmaal een woning zit is de kans van herintreding van een winkel of andere voorziening beperkt. Tijdelijke huisvesting in winkelpanden in straten met goed toekomstperspectief voor publieksvoorzieningen (zoals het hoofdwinkelgebied) is daardoor in veel gevallen sterk af te raden. Doordat de gemeente vanwege ruime planologische mogelijkheden nauwelijks regie kan voeren kunnen straten snel van functie verkleuren. Dit heeft grote impact op het toekomstbestaan van ondernemingen in de binnenstad. De maatschappelijke, sociale en economische meerwaarde van ondernemingen in de binnenstad is dusdanig dat stringenter beleid nodig is voor wonen in winkelstraten. Het toevoegen van woningen kan nog steeds substantieel plaatsvinden boven winkels (leegstaande verdiepingen of optoppen), achter winkels en bij gebiedsontwikkelingen in/nabij de binnenstad. Daarmee kan de woonfunctie in de binnenstad worden versterkt.

3. Adviezen



Aanbeveling 1: werk vanuit deelmilieus binnenstad naar een samenhangend ecosysteem van bedrijven en voorzieningen

Er is veel gaande in de Nijmeegse binnenstad en er staan veel projecten op de lat. Het is van belang een goede samenhang na te streven vanuit een kwaliteit die past bij de Nijmeegse binnenstad en de groei die Nijmegen doormaakt. Het bewaken van een goede functiemix in deelgebieden vanuit 'juiste functie op de juiste plek' is door ruime planologische mogelijkheden in de binnenstad niet altijd mogelijk. Dit staat soms haaks op beleidsambities, zoals het nastreven van een gezonde leefomgeving, beperken van fastfoodaanbieders, bezorghoreca in winkelstraten en overmaat van dezelfde aanbieders in een straat die het toekomstperspectief ondermijnen. Om hier scherper op te kunnen sturen is het eerst van belang een duidelijke profilering per deelgebied in de binnenstad te formuleren. Een passende vorm is een plintenstrategie inclusief gebiedsprofielen. Zo is helder voor pandeigenaren en ondernemers wat de gewenste toekomstrichting per straat/gebied is, waar (investerings)kansen liggen en op welke plek hun bedrijf of idee het beste tot zijn recht komt. Voor de gemeente bieden deze gebiedsprofielen een helder kader waar initiatieven afgewogen kunnen worden en vormt dit een goede basis voor implementatie van het omgevingsplan. De 'Koers van de Binnenstad' vormt een belangrijk overkoepelend kader dat verder ingekleurd kan worden binnen een plintenstrategie.¹



Aanbeveling 2: voorkom economische vershraling binnenstad, sluit wonen op de begane grond in grote delen planologisch uit

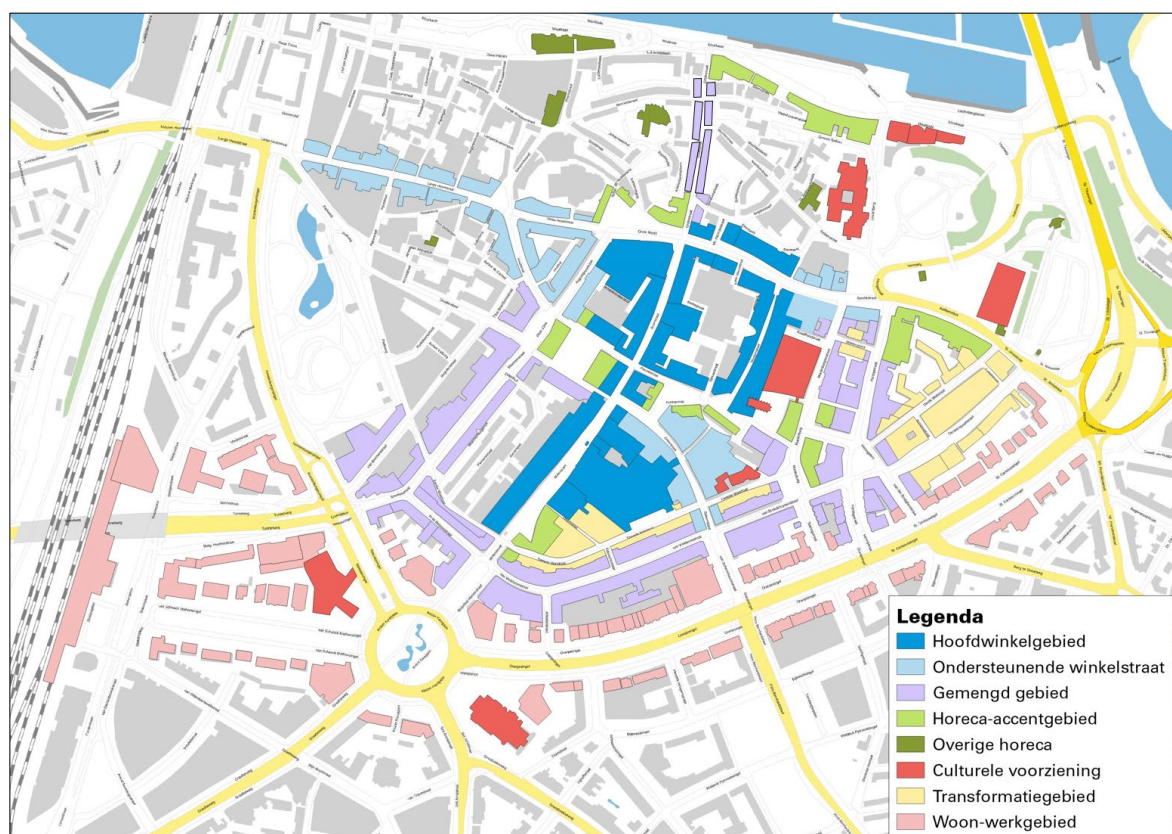
Doordat er in de Nijmeegse binnenstad ruime planologische mogelijkheden zijn voor wonen in de plint in winkelstraten is er een reëel risico op vershraling en/of afwaardering van een diverse winkelstraten naar woonstraten. Dit terwijl deze straten een belangrijke route functie hebben met kwalitatief gewenst aanbod. De transformatie naar wonen in de plint wordt steeds vaker opgepakt door de markt. De gemeente heeft momenteel nauwelijks middelen om dit te beperken. We adviseren om op een zo kort mogelijk haalbare termijn actie te ondernemen. Allereerst kan werk gemaakt worden van het verminderen van onbenutte plan capaciteit. Wanneer voorzienbaarheid wordt gecreëerd kan dit risicovrij zonder nadeelcompensatie. Op middellange termijn kan bij vaststelling van het nieuwe Omgevingsplan voor de binnenstad het beleidsvoornemen structureel planologisch afgehecht worden. Als aanzet adviseren we onderstaand ruimtelijk-functioneel kader voor de begane grond te hanteren. Daarin onderscheiden we:

¹ Een plintenstrategie is een actiegericht en concrete meerjarige strategie gericht op het versterken en verbreden van het aanbod van commerciële voorzieningen en werkfuncties. Het geeft inzicht in economische kansen op straat/gebiedsniveau, te benutten door zowel vastgoedpartijen, ondernemers, instellingen en de gemeente.

- **Hoofdwinkelgebied:** primair gericht op detailhandel, hoofdzakelijk (landelijke) winkelketens afgewisseld met lokale winkels. Ondersteunende lichte horeca op selecte locaties. Geen toename wonen op begane grond.
- **Ondersteunende winkelstraat:** mix van specialistische detailhandel, lichte horeca op selecte locaties, diensten, ambachten en mengconcepten. Per straat accentverschillen. Geen toename wonen op begane grond.
- **Gemengd gebied:** mix van diensten, ambachten, kantoren, maatschappelijke voorzieningen en lichte horeca op selecte locaties. Geen toename wonen op begane grond.
- **Horeca-accentgebied:** horeca waaronder mogelijkheden voor nieuwe restaurants en cafés. De gebieden verschillen in doelgroep en functie. Geen toename wonen op begane grond.
- **Overige horeca:** verspreide horeca met unieke kwaliteiten en/of historie.
- **Culturele voorziening:** cultureel aanbod met inpassing ondersteunende horeca en leisure.
- **Transformatiegebied:** meer wonen op begane grond, faciliterend (geen verplichting). Bestaande ondernemingen kunnen blijven ondernemen.
- **Woon-werkgebied:** kantoren en werkfuncties, in combinatie met wonen en ondersteunde voorzieningen gericht op bewoners. Incidenteel wonen op begane grond.

Op verdiepingen is het stimuleren van wonen, werken en voorzieningen van belang (zie hierna).

Figuur 1: Ruimtelijk-functioneel kader begane grond binnenstad Nijmegen



Bron: Stec Groep, 2024.

Aanbeveling 3: verruim mogelijkheden voor multifunctioneler gebruik vastgoed op verdiepingen en daken

De grote ruimtedruk en verdichtingsopgave waar Nijmegen voor staat vraagt om het multifunctioneler gebruik van vastgoed. Vooral op verdiepingen van (winkel)panden in de binnenstad liggen kansen. In het bijzonder aan de Broerstraat en Burchtstraat staan veel verdiepingen leeg of worden ze gebruikt als opslag. Op dit moment is wonen op verdieping

planologisch al toegestaan. Door de complexiteit van deze opgave (realiseren stijgpunt, diepte panden, versnipperd eigendom) is meer samenwerking met marktpartijen en een stimulerende aanpak gewenst. De mogelijke komst van een verplicht energielabel voor winkelpanden vergroot het investeringsmomentum waarbij tegelijkertijd verduurzamingsmaatregelen kunnen worden toegepast. Verdiepingen van panden die niet geschikt kunnen worden gemaakt voor wonen bieden potentie voor kantoren en werkfuncties (werken boven winkels), maar ook andere voorzieningen. In de huidige situatie mag voor deze functies alleen bestaand gebruik gecontinueerd worden. We adviseren de mogelijkheden planologisch te verruimen om zo multifunctioneler gebruik mogelijk te maken. We adviseren daarnaast in gebiedsontwikkeling in/nabij de binnenstad vanuit een brede scope programmatisch de binnenstad te verrijken. Het gaat daarbij naast het toevoegen van de noodzakelijke woningen, die het leeuwendeel van het programma vormen, ook om kantoren, sportfuncties, leisure-activiteiten, maatschappelijke voorzieningen en andere functies op verdiepingen. Of waar dit kwalitatief van meerwaarde is zelfs op het dak (zoals een rooftop-bar, creatieve hotspot, sportveld).

Aanbeveling 4: voer een verleidende aanpak voor startende ondernemers, formules en transformatie-initiatieven

Om ondernemerschap en daarmee investeringen in de binnenstad optimaal tot uiting te laten komen is een verleidende aanpak bewezen effectief. Nijmegen kan zich verder onderscheiden van andere binnensteden met vernieuwend en startend ondernemerschap. Het gaat daarbij bijvoorbeeld om bedrijven die vernieuwende concepten toepassen die niet binnen de scheidslijnen van traditionele sectoren passen (mengconcepten). Ook kunnen zo initiatieven vanuit vastgoedpartijen (vergroten winkelpanden, wonen boven winkels, herstel/aanpak gevels en puien) vaker tot uitvoering komen. Het verschuiven van 'toetsen' naar 'meedenken' ('ja mits'), binnen het gewenste toekomstperspectief voor de binnenstad, is aan te bevelen. We pleiten daarbij niet voor een versoepeling van regelgeving die bedoeld is de kwaliteit van de binnenstad te behouden. Wel pleiten we voor een procesorganisatie die dicht bij ondernemers en vastgoedpartijen staat met meer maatwerk. Het gaat om een 'plus' bovenop het OndernemersPunt waarbij creatief wordt meegedacht over een initiatief (zoals een nieuwe vestiging of vernieuwend concept). Voor initiatieven rondom transformatie, wonen/werken boven winkels en gevelaanpak adviseren we een introductie van een transformatieteam voor vastgoedpartijen om investeringsinitiatieven slagvaardiger en vanuit goede samenwerking te behandelen. We adviseren 'Win een Winkel' vanuit Hartje Nijmegen te continueren en daarbij ook actieve begeleiding van niet-winnaars toe te passen. Tot slot adviseren we om gerichte acquisitie van (landelijke) winkelformules op te pakken en matchmaking te faciliteren van (creatieve) verbindingen in de binnenstad te leggen. Marktpartijen kunnen hier een rol in spelen.



Aanbeveling 5: maak structuurversterkende keuzes in het hoofdwinkelgebied bij project Fier, Marikenstraat en Broerstraat

Het hoofdwinkelgebied van Nijmegen kan verder versterkt worden. Het belangrijkste aspect is een kwalitatieve mismatch in vraag- en aanbod naar winkelvastgoed, waarbij onvoldoende ruimtes beschikbaar zijn voor middelgrote units. Diverse formules verkiezen daardoor andere steden boven Nijmegen. We stellen voor drie structuurversterkende keuze te maken:

1. Fier als onderdeel van het hoofdwinkelgebied. We adviseren dit gebied expliciet onderdeel te laten zijn van het hoofdwinkelgebied en flexibele units in te richten die in deze vraag kunnen voorzien. Hoewel het beoogde Omgevingsplan in ruimte voor detailhandel voorziet ligt er visiematig een sterk accent op convenience. We adviseren waar mogelijk om, naast de beoogde supermarkt, de maximale ruimte in te richten voor recreatieve detailhandel met geschikte middelgrote maten. De hoofdstraat binnen deze gebiedsontwikkeling moet daarbij aanvoelen als een winkelstraat en de kwaliteit hebben om consumenten te verleiden dit gebied te bezoeken. Een dergelijke ontwikkelstrategie slaagt alleen wanneer een 'mandje' winkelformules direct bij de opening gelijktijdig zich vestigt in het gebied, omdat zij sterk afhankelijk zijn van elkaars *traffic*. Ook is dan voor consumenten het profiel direct duidelijk.

2. Ruimte bieden aan middelgrote formules in de Broerstraat. Vooral kleine panden staan leeg of hebben een laagwaardige invulling. Een oplossing ligt in het samenvoegen van diverse panden waardoor een grotere maat wordt aangeboden. Dit is een complexe opgave vanwege de oplopende hoogte in de straat waardoor een volwaardig winkelfront niet altijd mogelijk is. Desondanks adviseren we een positieve grondhouding aan te nemen en dit kenbaar te maken bij marktpartijen.

3. Nieuw profiel bovenzijde Marikenstraat. De Marikenstraat kende bij de opening een goede bezetting, maar functioneert sindsdien niet optimaal. Vooral aan de bovenzijde (en dan met name de oostkant) is er bovengemiddelde leegstand met veel wisselingen van huurders. Inmiddels lukt het ook met flinke huurverlagingen niet om een volwaardig winkelbestand te bieden in de bovenzijde van de Marikenstraat. De oorzaak ligt in de stedenbouwkundige opzet. Hierdoor verdelen consumenten zich over de onder- en bovenzijde en worden consumenten aan de bovenzijde opnieuw verdeeld. Daardoor zijn de passantenstromen onvoldoende voor veel winkelformules. We achten de kans zeer klein dat in de toekomst de Marikenstraat in zijn volledigheid gaat functioneren als gebied voor funshoppen. We adviseren voor de benedenzijde te blijven inzetten funshoppen: dit deel van de Marikenstraat functioneert goed en ligt logisch in de route. Voor bovenzijde stellen we een transformatie voor met een herijkt profiel gericht op doelgerichte activiteiten (zoals dienstverleners, doelgerichte winkel, ateliers en servicepunten).

Aanbeveling 6: zet in lijn met kantorenvisie in op versterking werkfunctie binnenstad

Nijmegen groeit de komende jaren fors. Om een goede balans te houden tussen wonen en werken is het van belang voldoende ruimte te blijven bieden voor werkfuncties. Het stationsgebied en de binnenstad hebben locatiekwaliteiten die goed aansluiten bij de huisvestingswensen van met name kantoren: goed ov-bereikbaar in een dynamische omgeving met veel voorzieningen. Zo is er veel belangstelling vanuit ICT-bedrijven. In de kantorenvisie Nijmegen zijn het Stationsgebied in de Binnenstad aangewezen als dé kantorenlocatie van de toekomst met nadruk op ruimte voor diverse kleinschalige gebruikers tot 1.000 m² vvo. Het is van belang dit daadwerkelijk te gaan faciliteren door nieuwe kantooruimte toe te voegen / te herontwikkelen. Het gaat daarbij om het concreet koppelen van deze behoefte aan gebiedsontwikkelingen en het aanwijzen van straten in het bestaande weefsel in de binnenstad waar deze kantorenvraag kan landen.

Aanbeveling 7: ga door met vergroten verblijfskwaliteit en substantiële vergroening

De functie van de binnenstad verandert. Bezoekers komen niet alleen om te kopen, maar ook om te verblijven, ontmoeten en wandelen in een ongedwongen setting. De straten, pleinen en groenvoorzieningen spelen hierin een cruciale rol. Mensen komen er elkaar tegen, van toevallige ontmoetingen tot grotere evenementen. Tegelijkertijd zijn er noodzakelijke stappen te zetten op het vlak van klimaatadaptie, hittestress, verduurzaming en biodiversiteit. Hier ontstaan volop koppelkansen. Zo leidt investeren in vergroening en waterpartijen één-op-één tot hogere verblijfskwaliteit. Dit leidt weer tot een versterkt economisch functioneren en attractiewaarde van de plinten. Nijmegen heeft in de afgelopen jaren diverse gebieden al kleinschalig vergroend. Ook staan er grote projecten op de planning (zoals Burchtstraat, Kelfkensbos, Fier). We adviseren bij toekomstige projecten dit telkens in samenhang te zien met de gewenste (economische) profilering van het gebied. Zo biedt vergroening in combinatie met het activeren van een plein kansen voor nieuwe verblijfsfuncties. In straten waar structurele vergroening vanuit veiligheidsoogpunt/toegankelijkheid of straatbreedte complex is kan gevelgroen een oplossing bieden. De samenhang tussen verblijfskwaliteit en verdichting enerzijds, en behoud van goede bereikbaarheid anderzijds blijft een balansoefening. Een goede bereikbaarheid is een basisvoorwaarde voor een levendige binnenstad. Het faciliteren van diverse bezoekmotieven (kort bezoek, dagdeel-bezoek en toeristisch bezoek) vraagt om verschillende parkeeroplossingen binnen en buiten de binnenstad. Een goede volgorde is van belang: eerst goede parkeeroplossingen en alternatieven op orde te hebben en daarna herinrichten en verdichten.

Aan de slag met de aanbevelingen

In hoofdstuk 5 koppelen we diverse aanbevelingen aan een voorstel voor projecten die onderdeel kunnen vormen van het Plan van Aanpak functies.

4. Programmatische kansenkaart



Welke programmatische kansen liggen er in Nijmegen?

De binnenstad van Nijmegen is continu in ontwikkeling. De stad groeit en er ontstaat meer bestedingspotentie. Om relevant te blijven is een brede mix aan gebruiksfuncties nodig. Bezoekers kunnen verleid worden met een breder palet aan aanbod en daarmee meer redenen om de binnenstad te bezoeken. Vervolgens is de uitdaging ze te verleiden om langer te verblijven. In bijlage 2 hebben we onderzocht welke behoefte er is aan aanvullende functies in de binnenstad tot en met 2035. Onderstaande tabel vat de resultaten hiervan samen.

Functie	Potentie 2035	Randvoorwaarden
Detailhandel	Dagelijks: +1.900 m² , kansen voor food-aanbod. Recreatief: +1.100 m² , vooral kansen voor middelgrote winkelketens Doelgericht: +1.300 m² , kansen voor city concepten, lokale ondernemers	Gerichte (vastgoed)aanpak noodzakelijk, met name voor grotere panden. Actieve acquisitie, blijft een sterk dynamisch segment met stoppers en groeiers.
Horeca	+ 6 vestigingen (600-750 m ²) in huidige situatie + 15-20 vestigingen (1.700-2.200 m ²) bij versterking (dag)toerisme	In te zetten als structuurversterking binnenstad op geschikte locaties (bv. Burchtstraat), passend binnen bestaand horecabeleid.
Leisure en ontspanning	Meerdere aanbieders. Entertainmentcenter, third places, wellness/wellbeing, belevingsconcepten	Afhankelijk van beschikbaar vastgoed en vestigingsmogelijkheden/beleid binnen/buiten binnenstad.
Kantoren	+ 9.500 tot 16.500 m² voor gehele binnenstad en stationsgebied. Kleinschalige tot middelgrote kantoren, flex- en horecaconcepten	Aanvullende rekening houden met jaarlijkse vervangingsvraag. Sterke beleidsmatige component. Potentie voor ontwikkelingen stationsgebied.
Lichte bedrijvigheid	Behoeft groot, potentie binnenstad beperkt door lage verhuurbare leegstand. Kansen voor verdiepingen, nieuwe gebiedsontwikkelingen en locaties aan de rand van de binnenstad	Ruimtelijke inpassing (o.a. uitstraling, hinder) aandachtspunt. Grote behoefte kleinschalige werkruimtes. Ook sterke beleidsmatige component.
Dienstverlening	+ 450 m² dienstverleners. Huidig aanbod op niveau. Toekomstige behoefte door demografische ontwikkeling Nijmegen en transitie naar circulaire economie.	Gerichte positionering van diensten en ambachten in de binnenstad. Passend bij trends en ontwikkelingen in de markt.

Programmatie kansenkaart

Op navolgende kaart geven we een eerste aanzet om de programmatische kansen te vertalen naar locaties in de binnenstad. Hierin staan zowel bestaande herontwikkelingsplannen, zoals project Fier en Feniks, als voorgestelde initiatieven. Onder de kaart geven we een korte toelichting van de projecten die staan uitgelicht op de kaart.

Figuur 2: Programmatische kansenskaart



Bron: Gemeente Nijmegen, 2024. Stec Groep, 2024.

Toelichting bestaande plannen

- **Project fier:** de Molenpoortpassage ondergaat een complete transformatie. Het wordt een groen, dynamisch woonmilieu waarbij met in de hoofdas een aangename winkelstraat en verblijfsgebied. Er is ruimte voor winkels, horeca, diensten en woningen. Aanvullend op de bestaande plannen liggen er kansen voor middelgrote (flexibele) winkelunits, passend bij de vraag van ontbrekende recreatieve winkelketens. Daarmee wordt het gebied volwaardig onderdeel van het hoofdwinkelgebied.
- **Project Feniks:** de voormalige V&D wordt herontwikkeld. De winkelfunctie in de plint en op de eerste verdieping van de Broerstraat blijft behouden. Daarnaast worden er woningen toegevoegd en er wordt ruimte gereserveerd voor economische (werk)functies. Het project biedt een kans voor multifunctioneel ruimtegebruik (waaronder het dak) en een statement-ontwikkeling om dit deel van de binnenstad een impuls te geven.
- **Herinrichting Joris Yvensplein:** het Joris Yvensplein is in de Koers voor de Binnenstad (2024) opgenomen als herontwikkelingslocatie met mogelijke ontwikkelingscapaciteit voor detailhandel, horeca en leisure. Er wordt eerst een brede verkenning gedaan naar de mogelijkheden waarop de levendigheid van het plein verder kan worden versterkt. Eén van de mogelijkheden is het realiseren van nieuwe voorzieningen en activiteiten.

- **Waalkade, casino en Lindenberg:** de herinrichting van het oostelijk deel van de Waalkade heeft een flinke kwaliteitsimpuls gebracht. Het aanbod blijft echter achter, waarbij de horeca-exploitatie met wisselend succes wordt ingevuld. De Waalkade wordt nu vooral bezocht door toeristen en op dagen met veel zon ook door inwoners van Nijmegen. Het aantrekken van een hoogwaardige horecafaciliteit (op sterren-niveau) kan een impuls vormen voor het gebied. Met de oplevende eetcultuur in Nijmegen (waarbij De Nieuwe Winkel voor een doorbraak zorgde) liggen er kansen voor Nijmegen. In bredere zin is een integrale ontwikkeling van het gebied gewenst, in combinatie met het casino en de Lindenberg waardoor de routevorming verbetert net als de uitstraling en programmatische invulling van dit deel. Zo is de uitstraling van het casino donker en gesloten en velen vinden het geen aantrekkelijk pand.

Project herinrichting Augustijnenstraat – (bus)Plein 1944 – Burchtstraat – Kelfkensbos:

Met het aanpassen van de routevoering van mobiliteit in de binnenstad liggen er kansen om deze straten klimaatadaptief en toekomstigbestendig te maken. Het doel van het project is om een aangenaam verblijfsklimaat te creëren, bijvoorbeeld door het toevoegen van groen en speelelementen. Hieronder een korte toelichting voor de deelgebieden:

- **Herinrichting Kelfkensbos:** Kelfkensbos ondergaat een grondige renovatie. Het gebied wordt verrijkt met meer groen, kunst en historische elementen. Het wordt een culturele plek waar inwoners en bezoekers kennis kunnen maken met de rijke geschiedenis van Nijmegen. Het biedt mogelijkheden voor tijdelijke creatieve invullingen op het plein en accentueert het culturele karakter van dit deel van de binnenstad met breed cultureel aanbod in de omgeving (o.a. Lindenberg, Valkhof Museum, De Bastei). Ook versterkt het de loop van winkelend publiek en toeristen vanuit de Burchtstraat.
- **Impuls verblijfsfunctie plein 1944:** dit betreft de westzijde van Plein 1944, de kant van het busstation. Dit plein is nu versteend en sterk gedomineerd door busverkeer. Tegelijkertijd ligt het op een belangrijke verbinding tussen Plein '44 en de Augustijnenstraat. De Koers voor de Binnenstad 2035 stuurt aan op een autoluw karakter waarbij de bussen bewegen rondom de binnenstad. Hierdoor komt er ruimte beschikbaar op dit plein met mogelijkheden voor substantiële vergroening in combinatie met het vergroten van de verblijfswaarde. Ook wordt hier beperkt extra lichte horeca mogelijk gemaakt. Tot slot worden er plannen gemaakt voor de locatie van de Carolus-bioscoop. Dit pand wacht op een nieuwe bestemming.
- **Herinrichting Burchtstraat:** er rijden geen bussen meer in de Burchtstraat waardoor het straatprofiel aangepast kan worden met focus op een klimaatadaptieve en toekomstbestendige inrichting met hoogwaardig groen. Om de verblijfsfunctie en reuring in de straat te vergroten wordt er ruimte gemaakt voor extra lichte horeca.
- **Herinrichting Augustijnenstraat:** ook in de Augustijnenstraat rijden inmiddels geen bussen meer. Om de levendigheid van het gebied te vergroten komt er ruimte voor één extra horecazaak. Daarnaast zetten we net als in de overige gebieden uit dit overkoepelende project in op substantiële vergroening en een prettig verblijfsklimaat.

Toelichting voorstel initiatieven

- **Transformatie Marikenstraat:** de bovenzijde van de Marikenstraat functioneert niet optimaal als winkellocatie vanwege de stedenbouwkundig opzet. Daarom stellen we voor dit gebied te transformeren naar een nieuw profiel. Namelijk het verleggen van de focus naar meer doelgerichte activiteiten, zoals dienstverleners, servicepunten, speciaalzaken en ateliers. Dit vergroot de functionaliteit van de bovenzijde van de Marikenstraat. De onderzijde functioneert goed en heeft een belangrijke routefunctie binnen het hoofdwinkelgebied.
- **Versterken kantorenlocatie:** gemeente Nijmegen heeft de ambitie om de groei van de kantorenmarkt op belangrijke kantoorlocaties te faciliteren. Het stationsgebied en Keizer Karelplein is een uitstekende plek hiervoor, aan de rand van de binnenstad en op loopafstand van het station. Het is een multifunctionele locatie, aantrekkelijk voor werknemers. Combinaties met sport en zakelijke horeca zijn passend.

- **Hertogstraat: behoud economische functie.** De afgelopen jaren zijn er her en der woningen gerealiseerd in de Hertogstraat. Dit terwijl de straat een belangrijke economische functie vervult en door diverse toekomstige ontwikkelingen in de omgeving (zoals Kelfkensbos, Stads Kantoor) een impuls gaat krijgen. Meer wonen in de plint met 'blinde gevels' heeft een negatief effect op de economische vitaliteit. Daarom het voorstel: behoud de economische functie van de straat sta geen extra woningen meer toe.
- **Herprofilering Van Welderenstraat:** met de herinrichting heeft de fietser meer ruimte gekregen in de Van Welderenstraat. Ook worden auto's op diverse tijden geweerd. Daardoor krijgt het gebied langzaamaan een meer verblijfsprofiel. De voorheen kwalitatief zeer onderscheidende winkelstraat is met het vertrek van een groot aantal winkels zoekende naar een nieuw profiel: welke functies passen goed op deze plek en wat vraagt dit van het gebied? Denk bijvoorbeeld aan dienstverleners, horeca, ambachtelijke makers en cultuur. Aandachtspunt blijft de (perceptie van) veiligheid en soms nalatig onderhoud.
- **Kwalitatieve impuls Molenstraat:** het aanbod in de Molenstraat staat onder druk. Vooral aan de voorkant (Keizer Karelplein-zijde). Er zit relatief veel laagwaardige horeca (fastfood, bezorgen/halen). Leegstand laat zich bovendien niet makkelijk vullen momenteel, zoals de voormalige locatie van supermarkt Coop. Dit is voor veel bezoekers de entree van de binnenstad en de eerste indruk van de binnenstad van Nijmegen. Het is daarom cruciaal om deze plek aantrekkelijk en uitnodigend te houden. Een bredere vastgoed aanpak en nadere profilering is nodig.
- **Herontwikkeling voormalige Stadswinkel:** deze locatie wordt momenteel benut door onder andere de omgevingsdienst regio Nijmegen. Op langere termijn ligt hier een kans voor herontwikkeling met potentie om woningen en andere voorzieningen toe te voegen en de pleinfunctie te versterken. In samenhang met Lux, bioscoop Vue en de bibliotheek kan het leisure-, culturele en maatschappelijke karakter van dit gebied worden versterkt.
- **Waalkade: activeren route stadseiland.** Het stadseiland is een uniek gebied in Nederland en een ware publiekstrekker. In het bijzonder na verdere ontwikkeling van Veur-Lent en De Hoge Bongerd. Inwoners van Nijmegen weten het eiland al goed te vinden. Voor (dag)toeristen is er nog veel potentie. Een belangrijke sleutel in het beter activeren van het westelijk deel van de Waalkade. Deze is versteend en biedt bezoekers geen reden om er naartoe te gaan. Naast zichtbare elementen (markeringen, promoties, informatieborden) kan ook nagedacht worden over programmatische invulling, zoals tijdelijke foodmarkten, standplaats en een kleinschalige horeca-exploitatie aan het water. Zo verbetert de verbinding tussen de binnenstad en het Veur Lent.

5. Voorstel projecten



Aan de hand van de conclusies, aanbevelingen en marktanalyse stellen negen projecten voor. Deze kunnen input vormen voor het 'Plan van aanpak functies' voor de binnenstad.

Project 1: Voorkomen extra woningen op begane grond in beoogde winkelstraten

Hoe werkt het?	Gemeente Nijmegen kan instrumenten inzetten om extra woningen op de begane grond in winkelstraten te voorkomen. Op kortere termijn kan meer gebruik gemaakt worden van limitatieve plantitels volgens het 'use it or lose it'-principe, waarbij niet gebruikte plantitels en omgevingsvergunningen verwijderd worden. Omgevingsvergunningen kunnen worden ingetrokken wanneer binnen 26 weken na afgifte van de vergunning niet is gestart met de bouw. Daarnaast kan onbenutte plancapaciteit verminderd worden. Gemeenten kunnen de houdbaarheid van ongebruikte harde plantitels in de binnenstad beperken in looptijd en de functie van panden wijzigen wanneer de onbenutte rechten aantoonbaar en aaneengesloten drie jaar niet benut zijn. Om nadeelcompensatie (financiële schade) te voorkomen is het creëren van voorzienbaarheid van belang. Onder de Omgevingswet zijn de kaders hiervoor helder. Bij directe schade door het verbieden van een activiteit (in dit geval wonen op de begane grond) heeft de marktpartij het risico van schade aanvaard (passieve risico-aanvaarding) als: 1. De voorgenomen wijziging van het omgevingsplan ten minste een jaar van tevoren kennis is gegeven 2. Gedurende drie jaar voor de kennisgeving geen activiteit is verricht die in overeenstemming met het omgevingsplan 3. In de tijd na de kennisgeving tot het besluit tot wijziging van het omgevingsplan de activiteit niet is verricht Van belang bij het te kennisgeven van het beleidsvoornemen dat voor marktpartijen helder is welke verandering is beoogd. Daarbij moet op een kadastrale ondergrond worden aangegeven welke locaties het betreft. Aangezien de regels in de voormalige bestemmingsplannen in het tijdelijke deel zitten zijn in de huidige situatie twee alternatieve mogelijkheden. De eerste is door middel van voorbeschermingsregels een verbod op wonen in de plint opnemen, waarbij de voorbeschermingsregels binnen 18 maanden moeten worden verwerkt in het Omgevingsplan. De tweede is het opnemen van een verbod in een thematische wijziging, met daarin de voorrangbepaling dat regels in het nieuwe deel voorgaan op het tijdelijke deel.
-----------------------	---

Project 2: Startersplatform 'Een vliegende start in Nijmegen'

Hoe werkt het?	Het starten van een nieuw bedrijf (zoals een winkel, horecazaak, dienstverlener, belevingsconcept) kent veel uitdagingen. Denk aan financiering, digitalisering, snel veranderende marktontwikkelingen en consumentenbehoeften. Met gerichte ondersteuning en coaching kan de slagingskans van nog te starten of startende ondernemers flink vergroot worden. Het gaat daarbij om informatie, advies en ondersteuning bij het starten, runnen en uitbreiden van het bedrijf. Bij het startersplatform 'Een vliegende start in Nijmegen binnenstad' kunnen ondernemers van A tot Z worden begeleid: van ondernemersplan tot geschikte locatie, van huurvoorwaarden tot vergunningen. Dergelijke aanpakken zijn een bewezen succes, mits goed uitgevoerd. Een voorbeeld is Streetwise die met name in Limburg actief is, maar ook landelijk uitrolt in samenwerking met onderwijsinstellingen. Binnen het startersplatform werken bedrijfscoaches, ondernemers en gemeente samen, waar mogelijk aangevuld met onderwijsinstellingen.
-----------------------	---

Project 3: 'Juiste bedrijf op de juiste plek' via plintenstrategie

Hoe werkt het?

De Nijmeegse binnenstad is een ecosysteem van deelmilieus met eigen kwaliteiten die elkaar versterken. Een goede functiemix en balans is van belang, zowel binnen als tussen deelmilieus. Om meer te kunnen sturen op het 'juiste bedrijf op de juiste plek' is eerst een duidelijk (economisch) en wenkend toekomstperspectief nodig per deelgebied op het beoogde functieprofiel, DNA en flankerende maatregelen. Welk type bedrijven en voorzieningen passen hier? Waarom in dit gebied ondernemen en investeren als marktpartij? Wat is de onderscheidende waarde? Welke functies zijn gewenst bij herontwikkelingen in het gebied? Met deze vastgestelde plintenstrategie als basis kunnen functionele keuzes planologisch vertaald worden. Daardoor kunnen ook functies die als mogelijk als ongewenst worden gezien op specifieke locaties, zoals afhaal- en bezorghoreca, overlast gevende activiteiten of functies met een laagwaardige uitstraling, in de toekomst voorkomen worden. De 'Koers van de Binnenstad' vormt een belangrijk vertrekpunt van waaruit de plintenstrategie nader uitgewerkt kan worden. Naast dat een plintenstrategie voor huidige partijen een wenkend perspectief schetst, is het voor toekomstige gebiedsontwikkelingen en herinrichtingen een belangrijk kader. Het kan bovendien benut worden als bouwsteen voor beleidsontwikkeling, zoals het horecabeleid.

Project 4: Acquisitie van (winkel)formules

Hoe werkt het?

Actief en gericht inzetten op acquisitie van kansrijke en vernieuwende (winkel)formules om (winkel)aanbod te versterken en leegstand tegen te gaan. Hierdoor dient capaciteit te worden vrijgemaakt met iemand met een goed netwerk in en retaillandschap en de vaardigheid Nijmegen wervend op de kaart te zetten. Het opstellen van een pitch book helpt om de propositie richting nieuwe formules te vergroten. De kansrijke concepten zijn al in beeld gebracht (zie marktanalyse) en kunnen benaderd worden. Het koppelen van kansen aan het lokale vastgoednetwerk en makelaars is van belang.

Project 5: Multifunctioneel gebruik van vastgoed op verdiepingen

Hoe werkt het?

Het is vanwege de woningnood verleidelijk programmatisch te maximaliseren vanuit de woningvraag. Ook voor marktpartijen is dit aantrekkelijk, vooral vanuit financieel perspectief. In de binnenstad ligt echter juist de unieke kans om tot multifunctioneler gebruik te komen en daarmee meer maatschappelijke en sociale waarde aan de stad toe voegen. Door planologische mogelijkheden te verruimen, in het bijzonder op verdiepingen, kunnen panden vaker multifunctioneel worden ingezet. Op dit moment is wonen boven winkels planologisch mogelijk. Werken boven winkels en andere voorzieningen vaak niet. Het uitbreiden van de planmogelijkheden geeft marktpartijen de kans tot creatievere invulling te komen, bijvoorbeeld wanneer wonen boven winkels te complex is. In gebiedsontwikkeling in en nabij de binnenstad kan de filosofie van een 'barcode' (ruimte vraag vanuit meerdere programma-elementen) eisen gesteld worden aan multifunctioneel gebruik. Instrumenten zijn een tender, programma van eisen, anterieure overeenkomst of het Omgevingsplan.

Project 6: Versnelling wonen en werken boven winkels

Hoe werkt het?	Landelijk zien we veel potentie voor het toevoegen van woningen aan de bestaande voorraad in de binnenstad door lege verdiepingen beter te benutten. Ook in Nijmegen zien we potentie. Tegelijkertijd kunnen verduurzamingsmaatregelen worden toegepast, mede in het licht van de mogelijke komst van een verplicht energielabel voor winkelpanden (zie ons whitepaper voor meer info). Om wonen en werken boven winkels tot versnelling te laten komen is meer samenwerking met vastgoedpartijen een randvoorwaarde. Gezien de complexiteit (realisatie stijgpunt, ontzien winkelplint) is het daarbij soms noodzakelijk om op zoek te gaan naar oplossingen op blokniveau in plaats van elk pand afzonderlijk herontwikkelen. Allereerst is het van belang een inventarisatie te maken van de potentiële transformatielocaties. Vervolgens is het besef van belang dat wonen en werken boven winkels enkel een impuls krijgt wanneer de businesscase sluitend is. Met randvoorwaardelijk beleid kan hier aan de voorkant op worden ingespeeld. Het gaat daarbij om gericht parkeerbeleid (zoals afkoop parkeerrechten, verankering in huurcontracten), collectieve oplossingen voor fietsparkeren en helder gevelbeleid. Ook verdient optoppen soms de aanbeveling wanneer dit stedenbouwkundig goed ingepast is. Via een transformatieteam (zie hierna) kan de marktpartij voordat de planprocedure wordt doorlopen vrijblijvend in gesprek over de mogelijkheden en kaders. Eventueel kan via een stimuleringsregeling een beperkte financiële bijdrage worden geleverd aan het realiseren van wonen en werken boven winkels.
-----------------------	--

Project 7: Transformatieteam binnenstad

Hoe werkt het?	Een transformatieteam helpt vastgoedpartijen om vanuit een goede samenwerking tot slagvaardigere transformatieprojecten in de binnenstad te komen. Het gaat daarbij bijvoorbeeld om wonen boven winkels, gevelaanpak, herstel van historische gevels, verduurzaming van vastgoed, samenvoegen van winkelpanden en herontwikkeling. Binnen dit team is er een vast aanspreekpunt (bijvoorbeeld een transformatiemanager met affiniteit in vastgoed) aan te bevelen. Het verschil ten opzichte van reguliere planprocedures is dat een team, vrijblijvend, juist aan de voorkant beschikbaar is om marktpartijen te helpen in de ontwikkeling van plannen en te wijzen op (beleids)kaders en mogelijkheden. Een ja-mits principe waarin creatief wordt meegedacht in (alternatieve) oplossingen in plaats van enkel focus op wat niet kan helpt daarbij. Dit helpt sterk in het opbouwen van vertrouwen, verbeteren van vergunningsaanvragen en tot betere projecten. Hoewel aan de voorkant extra capaciteit wordt vrijgemaakt, is in de planprocedure juist substantieel minder capaciteit nodig doordat vergunningen beter en completer worden aangeleverd en het proces dus slagvaardiger verloopt.
-----------------------	--

Project 8: Vastgoedsamenwerking blijven benutten

Hoe werkt het?	Het collectief organiseren van vastgoedpartijen in de binnenstad kan van grote meerwaarde zijn in de stadsontwikkeling. Naast een klankbordfunctie op beleid en visie en het leggen van verbindingen kan op termijn ook gekeken worden naar een gezamenlijke financieringsconstructie (zoals een BIZ) waarbij vastgoedpartijen mee-investeren in structurele verbeteringen voor de binnenstad. Steeds meer steden doen ervaring op met vastgoedsamenwerking en boeken successen. De basis van deze samenwerking ligt in het opbouwen van vertrouwen en het zien van een meerwaarde van collectieve samenwerking. Een
-----------------------	---

kopgroep van vastgoedpartijen kan als boegbeelden dienen om ook andere partijen te verleiden om mee te doen. Op lange termijn kunnen structurele juridische en financiële vormen, zoals een BIZ of vastgoedfonds, overwogen worden.

Project 9: Verruimen mogelijkheden samenvoegen winkelpanden

Hoe werkt het?

Met het samenvoegen van (enkele) winkelpanden in het hoofdwinkelgebied kunnen formules worden aangetrokken die nu geen kwalitatief gewenste plek vinden in de binnenstad van Nijmegen. Ook kunnen bestaande formules die een grotere maat zoeken uitbreiden en in Nijmegen behouden blijven. Hierin is veel maatwerk nodig, waarbij vanuit een meedenkende houding wordt gekeken naar mogelijkheden en oplossingen. Denk aan regels rondom binnenmuren en gevelfronten. Hoe dan ook is het actief samenwerken met pandeigenaren is cruciaal. Hierbij geldt ook, mede om acquisitie en matchmaking te laten slagen, een proactieve rol te voeren bij het benaderen van pandeigenaren en een goed netwerk te onderhouden om snel in te kunnen spelen op kansen die zich voordoen.



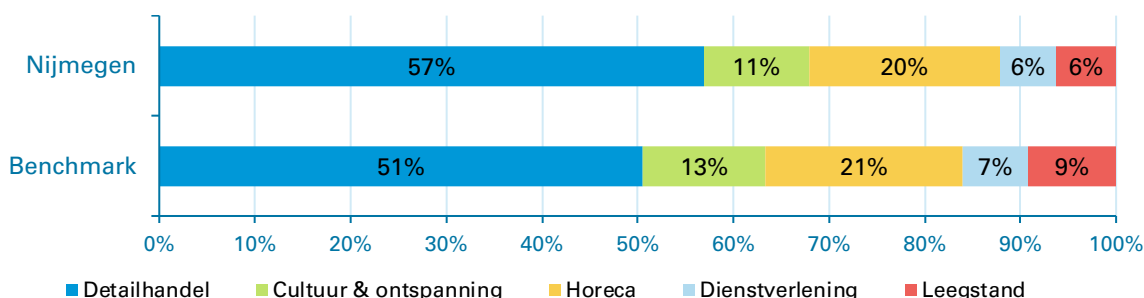
6. Bijlage 1: analyse huidige situatie

In dit hoofdstuk kijken we hoe de binnenstad van Nijmegen ervoor staat. Dit doen we aan de hand van verschillende thema's: aanbod, leegstand, ontwikkeling, koopstromen, demografie en planologische mogelijkheden. We gebruiken een benchmark van vergelijkbare binnensteden² (qua profiel, omvang en kenmerken) om het functioneren in perspectief te plaatsen.

6.1 Aanbod

In de binnenstad van Nijmegen is detailhandel met afstand de belangrijkste functie. 57% van het winkelvloeroppervlak (hierna: wvo) bevindt zich in deze categorie. Horeca, goed voor een vijfde van het aanbod, is de tweede categorie. Op plek drie staat de categorie cultuur & ontspanning. Dienstverlening en leegstand nemen elk 6% van het aanbod in beslag. Detailhandel heeft ten opzichte van vergelijkbare binnensteden een meer dominante functie in Nijmegen (zie kader). De functiemix van de Nijmeegse binnenstad komt in grote mate overeen met de benchmark. Er zijn een paar kleine verschillen. Het aandeel van de sector cultuur & ontspanning blijft iets achter. Dit ondanks ruim cultureel aanbod in de binnenstad. In de Nijmeegse binnenstad zit bijvoorbeeld geen (kleinschalige) sauna of entertainmentcenter, waar dit in de meeste benchmark-steden wel het geval is. Het aandeel van horeca en dienstverleners is nagenoeg gelijk. Wat betreft leegstandspercentage presteert Nijmegen juist beter dan vergelijkbare binnensteden.

Figuur 3: Procentuele verdeling naar functie (in m² wvo) binnenstad Nijmegen en benchmark



Bron: Locatus, 2024. Bewerking: Stec Groep, 2024.

Waarom is de detailhandel in Nijmegen sterk ontwikkeld?

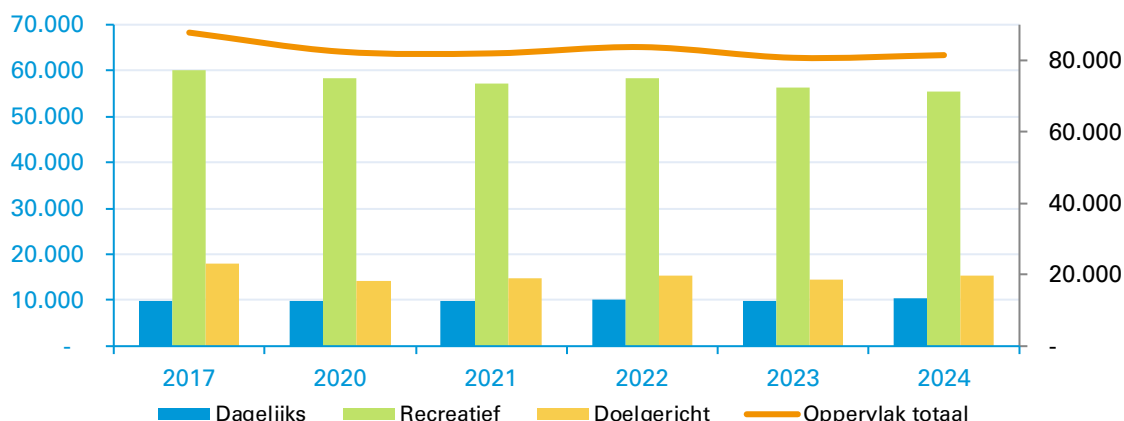
Nijmegen staat er als winkelstad goed voor. Dit heeft verschillende verklaringen. Nijmegen is een gewilde vestigingslocatie voor retailformules door de sterke groei die Nijmegen doormaakt en ambities van Nijmegen op dit vlak. Een groeiend aantal consumenten vormt een aantrekkelijk perspectief. De onderwijsinstellingen en ziekenhuizen hebben een sterke stuwende kracht wat resulteert in goede bestedingen. De dynamiek die Nijmegen als universiteitsstad met zich meebrengt (jong, dynamisch, hip) vertaalt zich in een onderstroom van nieuwe concepten en formules die zich richten op jongere doelgroepen. Het winkelgebied in de Nijmeegse binnenstad is zeer compact ingericht waardoor winkels en passantenstromen gebundeld zijn. Constante (structuurversterkende) investeringen in de binnenstad (zoals plein '44, Molenpoortpassage, Feniks) werken verleidend voor marktpartijen om zelf te gaan investeren. De focus van Nijmegen op de binnenstad en het niet stimuleren van detailhandel op perifere en verspreide locaties draagt bij aan een groter winkelbestand. Nijmegen heeft tot slot een duidelijk ingekaderd horecabeleid waardoor er geen ongebreidelde groei plaatsvindt. Dit resulteert in het feit dat vastgoedeigenaren actiever op zoek moeten naar huurders in het winkelsegment.

² Dit zijn: Arnhem, Eindhoven, Enschede, Groningen, Leiden, Maastricht en Tilburg.

Winkelvloeroppervlak nagenoeg stabiel in jaren

Het totale winkelvloeroppervlak in de Nijmeegse binnenstad is in de afgelopen jaren op peil gebleven. Heel recent in het afgelopen jaar steeg het aanbod zelfs licht. In bijna alle vergelijkbare binnensteden nam het winkelvloeroppervlak juist af in deze periode. Binnen de verschillende detailhandelsbranches bestaan kleine verschillen. Zo steeg de totale omvang van dagelijkse detailhandel licht. Dit komt onder andere door de komst van de Albert Heijn aan de Bloemerstraat. Doelgerichte detailhandel schommelt de laatste jaren rond een stabiel niveau (gemiddeld circa 15.000 m² wvo). Het winkelvloeroppervlak in de recreatieve branche nam af de afgelopen vijf jaar: deze trend zien we terug in bijna alle binnensteden. Het feit dat het aantal winkels daalt (zie hierna) maar het oppervlak relatief stabiel blijft wordt verklaard door het feit dat er soms schaalvergroting plaatsvindt (samenvoegen van units) en vooral grotere units in trek zijn.

Figuur 4: Ontwikkeling winkelvloeroppervlak detailhandel binnenstad Nijmegen (in m²)



Bron: Locatus, 2023. Bewerking: eigen veldwerk Stec Groep, juli 2024. (oppervlak detailhandelsbranches: linkeras, totale oppervlakte detailhandel: rechteras).

Historische ontwikkeling functies: minder winkels in de binnenstad

In lijn met de landelijke trend krimpt het winkelaanbod in Nijmegen. Vanaf 2017 ging het om een afname van 75 winkels (-17%). Het aantal winkels in de binnensteden uit de benchmark nam met een vergelijkbaar percentage af (-16%). Binnen de verschillende detailhandelsbranches bestaan grote verschillen in de binnenstad van Nijmegen. Zo verdwenen er in de recreatieve detailhandel 42 winkels (-16%). Vooral de branches mode & schoenen en sport & spel hadden het zwaar. Aan aantal winkels in de doelgerichte detailhandel daalde met 36. Vooral het aanbod in de branche bruin & witgoed nam sterk af, denk aan elektronicazaken en telefoonwinkels. Het aantal winkels in dagelijkse detailhandel steeg de laatste jaren juist licht. De binnenstad kreeg er een aantal bakkers en delicatessenzaken bij.

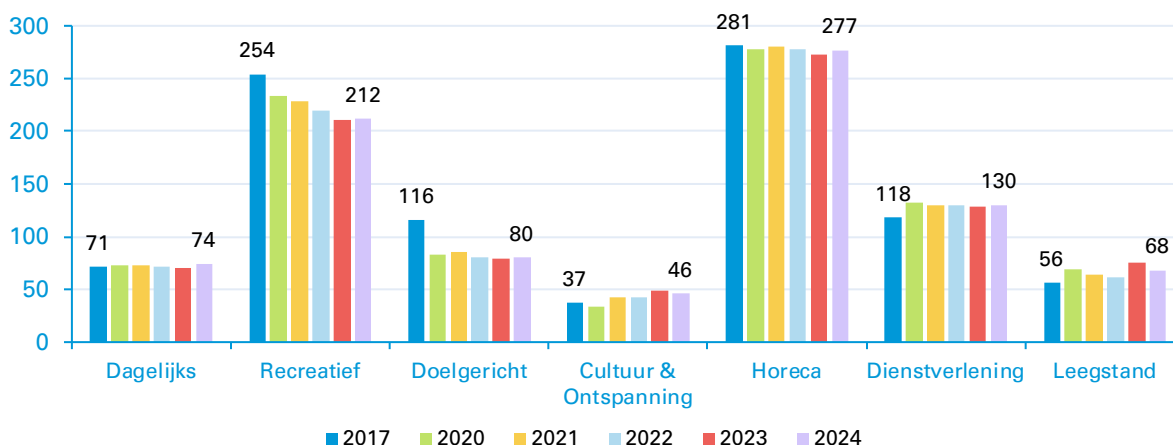
Startende winkeliers vinden vooral plek aan de randen van het centrum

De afgelopen vijf jaar openden zo'n 40 zelfstandige ondernemers een winkel in de Nijmeegse binnenstad (bron: Locatus). Enkele voorbeelden zijn Zoete Mint, Japan Lifestyle en Bonny's Vintage. Vijf van de veertig winkels zijn inmiddels weer gesloten. Zelfstandige ondernemers openen vooral winkels op locaties waar de huren betaalbaarder zijn. We zien daarom vooral winkelopeningen van zelfstandigen in de randzones van het centrum. De Lange Hezelstraat is het meest in trek: hier zijn in de afgelopen vijf jaar zes detaillisten gestart. Ook weten zelfstandig ondernemers vaker de Molenstraat (vijf), Molenpoortpassage (vier), Broerstraat (vier) en Marikenstraat (twee) te vinden. In de Molenpoortpassage zullen deze winkels gezien de herontwikkeling de komende jaren een ander plekje moeten vinden. Zelfstandige ondernemers vormen een waardevolle aanvulling op landelijke winkelketens. Daar waar de landelijke winkelketens een breed publiek bedienen voegen lokale ondernemingen juist diversiteit en kwaliteit toe. Ze geven de binnenstad karakter. Voor een levendige en aantrekkelijke binnenstad is een goede balans tussen ketens en zelfstandig ondernemers essentieel.

Andere functies komen op in de binnenstad

Naast winkels komen er steeds meer nieuwe functies in de binnenstad. Het aantal dienstverleners, horecazaken en cultuur & ontspanning-aanbieders steeg aanzienlijk de afgelopen tien jaar. De grootste absolute groei zien we in het aantal dienstverleners: +12. Er kwamen veel kappers, nagelstudio's en schoonheidssalons bij. Het aantal reisbureaus, uitzendbureaus en makelaars (baliefuncties) nam juist sterk af. De grootste stijging vond plaats tussen 2017 en 2020: de laatste vijf jaren bleef het aantal dienstverleners zo goed als stabiel. De grootste relatieve stijging zien we in de sector cultuur & ontspanning. Deze sector is nog volop in ontwikkeling in de binnenstad. Het aanbod nam met een kwart toe vanaf 2017. Fitnesszaken zorgden voor de grootste groei. Daarnaast werd Nijmegen verrijkt met escape rooms, musea en yogastudio's. In overeenstemming met beleid schommelt het horeca-aanbod al jaren rond hetzelfde niveau. Binnen de horecabranches bestaan echter wel verschillen. Zo nam het aantal cafés fors af en steeg het aantal restaurants. Er is een verschuiving gaande van nacht- naar borrelcultuur. Daarnaast nam het aantal lunchrooms en koffietentjes toe. Winkelpanden zijn ook omgezet naar woningen en kantoren. Zo nam het aantal commerciële panden fors af (-45 panden).

Figuur 5: Historische ontwikkeling naar functie – binnenstad Nijmegen



Bron: Locatus, 2023. Bewerking: eigen veldwerk Stec Groep, juli 2024.

Drie hoofdvormen van winkelgedrag

Recreatief winkelen



Recreatief winkelen gaat voor een groot deel om beleving (ontspannen, vermaak, rondkijken, 'dagje uit'). Consumenten willen vermaakt worden, met een mix van grote winkels met boeiende aanbiedingen, kleine winkels met een verrassend assortiment en aanvullende voorzieningen zoals restaurants/cultuur/historie. De consument is bereid om grotere afstanden af te leggen voor recreatief winkelen. Onder recreatieve detailhandel vallen de Locatus branches Mode & Luxe en Vrije Tijd.

Doelgericht winkelen



Voor doelgerichte artikelen (bv. doe-het-zelf, meubels, etc.) zijn vindbaarheid, zichtbaarheid en bereikbaarheid van belang zijn: 'even snel iets halen'. Omdat de producten laagfrequent gekocht worden is de consument bereid een langere afstand af te leggen. Combinatiebezoeken vinden beperkt plaats bij winkels in dezelfde branche (bezoek van meerdere meubel- of lampenwinkels). Onder deze vorm vallen de Locatus branches In/Om het Huis en Detailhandel Overig.

Boodschappen doen



De aankoop van food en non-food met een dagelijks karakter (bv. drogist, supermarkt, bakker etc.) staat centraal. Het gaat vooral om boodschappen doen. Een compleet assortiment op korte afstand zijn belangrijk voor de consument. De frequentie van winkelen is hoog (meerdere keren per week) en vindt vooral plaats in de directe omgeving; de reisbereidheid van consumenten is relatief laag. Onder deze detailhandelsvorm valt de Locatus branche Dagelijks.

Nijmeegse binnenstad in acht deelgebieden met uiteenlopende kenmerken en kwaliteiten

In de Weerbaarheidsanalyse binnenstad Nijmegen (BRO, 2021) wordt de Nijmeegse binnenstad verdeeld in acht deelgebieden met ieder een eigen profiel. Het belangrijkste uitgangspunt: het zijn duidelijk onderscheidende en herkenbare gebieden. De afbakening is mede tot stand gekomen door verschillen in segmentering, huurprijzen en passanten. Figuur 4 geeft de afbakening van de deelgebieden in de binnenstad weer. Hieronder volgt een korte beschrijving van het profiel van de deelgebieden (bron: BRO, 2021):

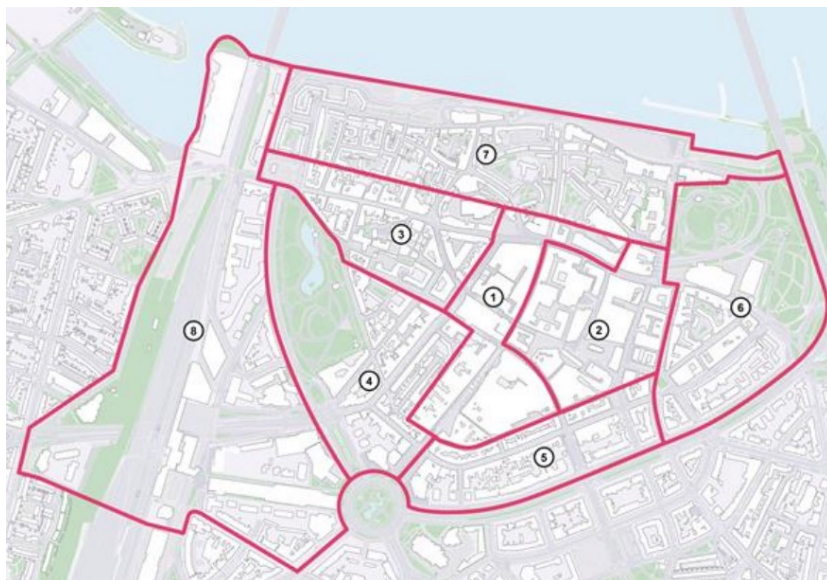
- **Kernwinkelgebied:** vooral populair bij recreatieve shoppers met grote modeketens zoals Zara en H&M. Het gebied heeft een hoge dichtheid van functies, hoofdzakelijk gericht op winkelen. Dienstverleners, leisure en cultuur zijn slechts in beperkte mate aanwezig. De meningen over de uitstraling van de openbare ruimte en het vastgoed verschillen. Het hele gebied is een voetgangerszone: dit is een van de pluspunten. Het kernwinkelgebied bestaat uit de Augustijnenstraat, Broerstraat, Burchtstraat, Grote Markt, Molenstraat en plein 1944.
- **Mariënborg, Marikenstraat:** dit deelgebied bestaat uit een mix van cultuur en winkels. Het winkelaanbod is vergelijkbaar met het kernwinkelgebied. Bijzonder is het culturele aanbod met bijvoorbeeld de LUX en de bibliotheek. De horeca in het gebied draagt bij aan de unieke sfeer. De Marikenstraat heeft een modern design met winkels verdeeld over twee lagen.
- **Lange- en Stikke Hezelstraat, Houtstraat, Augustijnenstraat:** dit deelgebied wordt gekenmerkt door een sterke concentratie van zelfstandig ondernemerschap en gevarieerde branchering. In deze straten zijn unieke Nijmeegse concepten te vinden. Door het aanwezige dagelijkse aanbod heeft het gebied ook een buurtfunctie. Het fungeert als broedplaats voor startende ondernemers. De Augustijnenstraat verschilt qua profiel en beleving van de overige straten. Voor deze straat bestaan herinrichtingsplannen.
- **Bloemerstraat, Smetiusstraat, In de Betouwstraat:** dit gebied wordt gekleurd door haar dynamische functiemix van horeca, diensten, wonen en winkelen. Er zijn veel jonge zelfstandig ondernemers en de dynamiek is hoog. De uitstraling van het vastgoed is minder sterk. Het Kronenburgerpark is een belangrijk rustpunt en bepalend voor het karakter.
- **Tweede Walstraat, van Welderenstraat, van Broeckhuysenstraat:** de laatste twee straten onderscheiden zich door zelfstandig ondernemerschap, kwalitatieve horeca en dienstverleners in kleinschalige historische panden. De openbare ruimte is recent heringericht en geeft de straat een onderscheidend profiel. De Tweede Walstraat heeft echter weinig kwalitatief aanbod. Deze straat heeft een sterke logistieke functie: hierdoor is de verblijfswaarde lager.
- **Hertogstraat, Kelfkensbos, van de Bruggenstraat:** het horeca-aanbod in de Hertogstraat en het Kelfkensbos zijn bepalend voor de identiteit van het gebied. Het aanbod is zeer divers. Verder is de dichtheid van commerciële functies relatief laag. Het gebied heeft daarnaast een belangrijke woonfunctie. In een aantal straten vindt verdere verkleuring naar wonen plaats.
- **Waalkade, Oude Haven:** staat bekend om horeca aan het water en als evenementenlocatie. Cultuur en vermaak zijn belangrijk onderdeel met galleries, musea, theater en casino. Door de afstand en het hoogteverschil is de verbinding met de overige deelgebieden suboptimaal. De Waalkade is in 2018 heringericht waardoor er geen doorgaand autoverkeer meer is.
- **Stationsgebied, Handelskade:** Dit gebied is nieuw opgenomen in de analyse. Het gehele stationsgebied ondergaat veel ontwikkelingen, zowel aan de oostzijde als de westzijde. Het gebied vervult voornamelijk een publieksfunctie: er zit op dit moment weinig aanbod. Op termijn ontstaat er een gemengd klimaat gericht op werken, wonen en winkelen.

Opgave: werk toe naar een heldere gebiedsprofielen

De binnenstad van Nijmegen beschikt over verschillende deelgebieden met een uniek karakter, gevoel, uitstraling en profiel. Deze deelgebieden verschillen van elkaar, maar zijn ook complementair. Om tot een goede functiemix per deelgebied te komen vanuit de unieke identiteit van elk gebied is het aan te bevelen om toe te werken naar heldere gebiedsprofielen. Een profiel waarbinnen de komende jaren nieuwe initiatieven in de binnenstad afgewogen kunnen worden.

Het doel: onderscheidende gebieden met een duidelijk en herkenbaar profiel en functiemix. Zo kan de gemeente richter sturen op functies, ontwikkelaars richter investeren en ondernemers duidelijker passende locaties vinden. Een middel om deze gebiedsprofielen verder uit te werken is een plintenstrategie. De plintenstrategie kan een uitwerking zijn van De Koers van de Binnenstad dat een overkoepelend kader vormt.

Figuur 6: Afbakening deelgebieden binnenstad



Bron: BRO 'Weerbaarheidsanalyse binnenstad', 2021.

6.2 Leegstand

Aanbod- en leegstandcijfers

De aanbod- en leegstandcijfers in deze rapportage zijn gegevens van veldwerk door onderzoeksbureau Locatus. Het meest recente veldwerk was in oktober 2023. Om een recenter beeld te schetsen zijn de gegevens geactualiseerd met eigen veldwerk (augustus 2024). We hebben alle panden in de binnenstad bekeken en waar nodig wijzigingen doorgevoerd. De aanbod- en leegstandcijfers zijn nadrukkelijk een momentopname en geven een indicatie van de marktsituatie. De dynamiek in de Nijmeegse binnenstad is groot. Panden die als leegstaand aangeduid worden kunnen mogelijk weer gevuld zijn en vice versa.

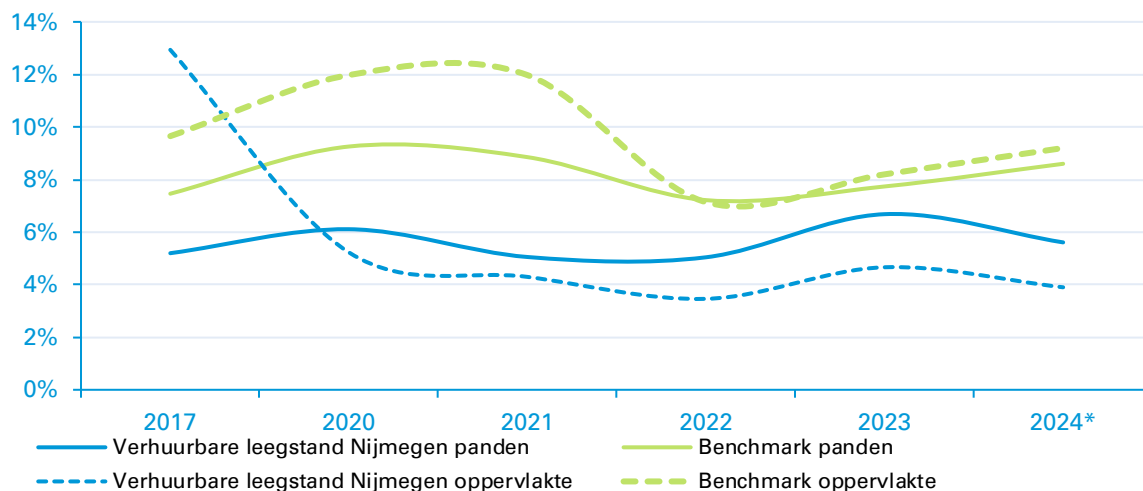
Leegstandscijfers zijn te duiden in twee termen: totale leegstand en verhuurbare leegstand. Totale leegstand verwijst naar alle leegstaande panden. Verhuurbare leegstand verwijst naar panden die daadwerkelijk beschikbaar zijn voor verhuur/koop. Het verschil in Nijmegen tussen totale leegstand en verhuurbare leegstand zit in het feit dat diverse winkelunits leegstaan in afwachting van transformatie. Dit betreft de herontwikkeling van de Molenpoortpassage. Om een realistisch beeld te schetsen van de leegstand kijken we in deze paragraaf naar verhuurbare leegstand.

Leegstand lager dan in vergelijkbare binnensteden, schommelt rond gezond frictieniveau

Het aantal verhuurbare leegstaande panden in de Nijmeegse binnenstad bedraagt 47 panden (bron: Locatus, zie kader) met een totale oppervlakte van 5.100 m² vwo. Het gaat om 5,6% van de commerciële panden. Dit is ruim lager dan in vergelijkbare binnensteden; hier staat circa 8,6% van de commerciële panden leeg. Het verhuurbare leegstandspercentage in vloeroppervlakte is

3,9% in de Nijmegen. Ook dit is ruim lager dan gemiddeld in vergelijkbare binnensteden (9,2%). De binnenstad van Nijmegen functioneert dus relatief goed wat betreft leegstand. Het leegstandspercentage ligt lager dan in vergelijkbare binnensteden. Zowel qua panden als qua oppervlakte schommelt de leegstand rond een gezond frictieniveau³ van 4 tot 5%. Op sommige locaties is er zelfs sprake van krapte op de markt. Hier komen we later op terug.

Figuur 7: Ontwikkeling leegstand binnenstad Nijmegen en benchmark



Bron: Locatus, 2024. Bewerking: Stec Groep, 2024.

Leegstand in Molenpoortpassage

In de Molenpoortpassage staan 21 verkooppunten leeg met een totale oppervlakte van circa 2.900 m² wvo. Deze leegstand is goed te verklaren: de verouderde passage wordt volledig herontwikkeld. Naar verwachting starten de sloopwerkzaamheden begin 2026. De leegstand in de Molenpoortpassage valt niet onder verhuurbare leegstand in deze rapportage.

Meeste leegstand op centrale locaties in het kernwinkelgebied

Het gros van de leegstand in de Nijmeegse binnenstad concentreert zich op centrale locaties in het kernwinkelgebied. Het gaat met om A en B1-locaties. Dit is te zien in tabel 1. Verder waaiert de leegstand zich uit over de binnenstad zonder dat er grote concentraties aan te wijzen zijn.

Tabel 1: Winkelstraten met meeste verhuurbare leegstand

Straat	Locatietype	Oppervlak (in m ² wvo)	Aantal panden
Broerstraat	A	845	5
Marikenstraat	B1	790	7
Ziekerstraat	B1	520	3
Burchtstraat	A	410	6

Bron: Stadscentrummonitor Nijmegen. Locatus, 2023. Bewerking: eigen veldwerk Stec Groep, juli 2024.

³ Frictieniveau: enige leegstand is nodig zodat er ruimte is voor gezonde dynamiek. Het gaat dan om ruimte voor nieuwe toetreders en verplaatsingen (bijvoorbeeld naar drukker locaties).

Marikenstraat: bovenzijde functioneert niet optimaal, nieuw functieprofiel nodig

Aan de Marikenstraat staan de meeste panden leeg, namelijk zeven (in totaal 790 m² wvo). Er is een groot verschil tussen het bovenste en onderste niveau van de Marikenstraat. De Marikenstraat heeft een complexe stedenbouwkundige structuur waardoor het goed gevuld houden van de bovenzijde sinds de ontwikkeling van deze passage tot nu zeer uitdagend is gebleken. Hoewel de straat aantrekkelijk is vormgegeven met een uniek design, zorgt het in de praktijk vooral voor een verspreiding van bezoekers. Het gaat daarbij om een dubbele spreiding. Namelijk een spreiding tussen bezoekers boven en onder én boven tussen beide zijden. Hoewel de bovenzijde met bruggen verbonden is, leidt dit niet tot een overzichtelijk bewegingspatroon voor consumenten. Doordat er minder consumenten langs elke etalage lopen, is er onvoldoende traffic voor veel retailformules. De benedenzijde van de Marikenstraat functioneert goed en is volwaardig onderdeel van de winkelroute door de binnenstad. De tweezijdige bewinkeling en een natuurlijke loop maken dat de meeste consumenten hier te vinden zijn. Voor retailformules blijft dit een gewilde locatie in de binnenstad en een cruciale schakel in de verbinding Burchtstraat-Koningsplein-Broerstraat. De bovenzijde vraagt om een nieuw perspectief met andere type huurders met een doelgericht profiel.

Broerstraat: leegstand zeer kleinschalig, behoefte aan grotere units

In de Broerstraat staan vijf panden leeg met een totale omvang van 845 m² wvo. De leegstaande winkelunits zijn zeer kleinschalig. Dit sluit in veel gevallen niet aan bij de vraag in de markt en is een belangrijke verklaring voor de leegstand. Over het algemeen geldt dat formules georiënteerd op A-locaties in binnensteden zich richten op middelgrote winkelunits of groter. Alleen het pand waar voorheen de H&M MEN zat (staat leeg sinds oktober 2024) heeft een redelijk omvang (425 m² wvo). De zeer recente leegstand biedt een kans dit deel te versterken met een nieuwe formule.

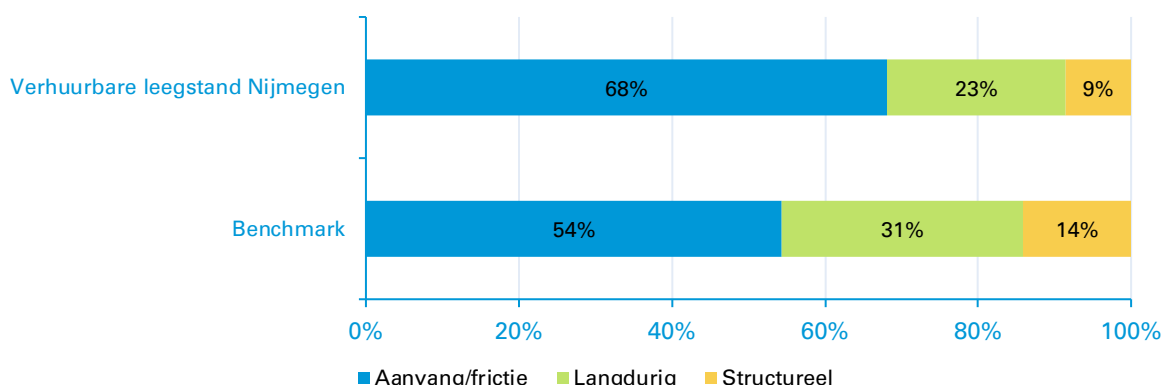
Burchtstraat: herinrichting gaat impuls geven aan gebied

In de Burchtstraat staan zes panden leeg (in totaal 410 m² wvo), waarbij geen duidelijke concentratie zichtbaar is. Deze panden zijn zeer kleinschalig. Het aanbod bestaat hoofdzakelijk uit winkelformules en wordt steeds vaker onderbroken met ondersteunende diensten. Met de geplande herinrichting en verruiming van mogelijkheden voor daghoreca krijgt dit gebied een dermate flinke impuls dat het perspectief voor nieuwe huurders sterk vergroot wordt. De geplande opwaardering van Kelfkensbos zorgt naar verwachting bovendien voor meer (toeristische) aanloop in de oostzijde van de straat. Door de geplande investeringen en de primaire ligging van Burchtstraat in het stedelijk weefsel van de binnenstad is het toekomstperspectief zeer goed.

Grootste deel leegstand telkens snel weer ingevuld, slechts enkele panden structureel leeg

Bijna zeven op de tien leegstaande panden staan korter dan een jaar leeg (aanvangsleegstand). In vrijwel alle gevallen, zo blijkt ook in de afgelopen jaren, is dit tijdelijke leegstand waarbij (meerdere) nieuwe huurders vaak al in beeld zijn en/of panden worden opgeknapt voor een nieuwe huurder. De dynamiek is dus hoog: leegstaande panden worden relatief snel heringevuld. In vergelijking met andere binnensteden staan winkelpanden in Nijmegen relatief kort leeg. Slechts enkele panden staan langer dan drie jaar leeg (structureel). Al deze panden zijn zeer kleinschalig (rond de 100 m² wvo en soms kleiner dan 50 m² wvo). De helft van deze panden zit in/tegen de Marikenstraat. Hier speelt op opgave om te komen tot een nieuw functieprofiel (bovenzijde). Op andere locaties zijn redenen uiteenlopend (niet betrokken verhuurder, pand in slechte staat). Voor zover we kunnen beoordelen zien we in Nijmegen geen structurele leegstand die te wijten is aan onvoldoende vraag vanuit de huurdersmarkt.

Figuur 8: Leegstandsduur binnenstad Nijmegen en benchmark (aantal panden)

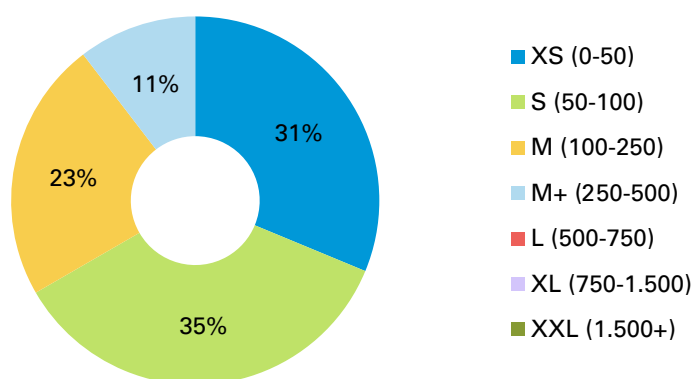


Bron: Locatus, 2023. Bewerking: eigen veldwerk Stec Groep, juli 2024.

Vooraf leegstand in kleinschalige panden in Nijmeegse binnenstad, grote locaties ontbreken

Het overgrote deel van de beschikbare leegstaande panden in de binnenstad van Nijmegen is zeer kleinschalig. Dit blijkt uit onderstaand figuur waarin de leegstaande panden zijn verdeeld naar omvang. De gemiddelde omvang van een leegstand pand in de binnenstad van Nijmegen is slechts 110 m² wvo. Twee derde van de leegstaande panden is kleiner dan 100 m² wvo. Er zijn vijf leegstaande panden in de categorie M+ (250-500). In alle gevallen zijn dit panden die korter dan een jaar leeg staan en goed verhuurbaar zijn. Er zijn in de binnenstad geen beschikbare panden groter dan 500 m² wvo. Dit terwijl veel winkelketens op zoek zijn naar grotere winkelpanden om hun concept optimaal neer te zetten. Omdat dit aanbod niet voorkomt missen winkelketens de boot. We komen hier in het volgende hoofdstuk op terug.

Figuur 9: Omvang verhuurbare leegstaande panden Nijmegen (aantal panden)



Bron: Locatus, 2023. Bewerking: eigen veldwerk Stec Groep, juli 2024.

Opgave leegstand Nijmegen: mismatch tussen vraag en aanbod

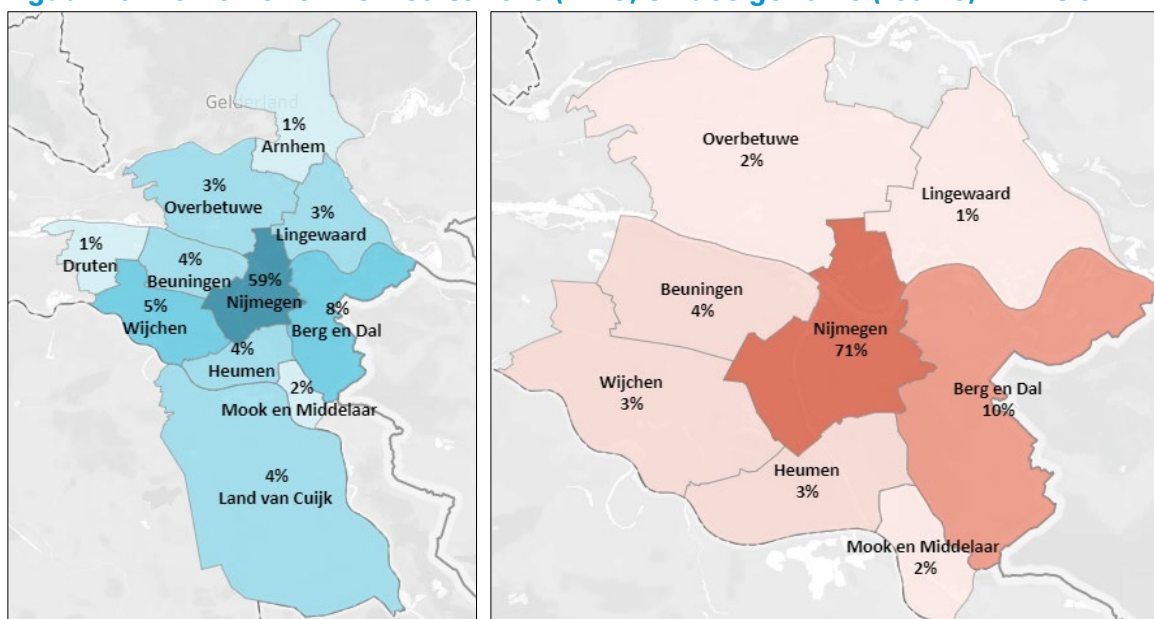
Op het gebied van leegstand functioneert Nijmegen substantieel beter dan vergelijkbare binnensteden. Zo beweegt het verhuurbaar leegstandsperscentage rond een gezond frictieniveau. Wel zien we een kwalitatieve opgave: er is sprake van een mismatch tussen vraag en aanbod. Er is een behoefte aan middelgrote tot grote units, waar de leegstand kleinschalig is. In het kernwinkelgebied zijn überhaupt geen grootschalige units te vinden. Dit sluit niet aan bij de vraag van ontbrekende winkelketens in de markt. In het volgende hoofdstuk gaan we hier dieper op in. Een vastgoedaanpak (bv. vergroten en/of samenvoegen van panden of nieuwbouw) helpt om tot geschikt aanbod te komen.

6.3 Koopstromen en waardering

Binnenstad Nijmegen als magneet: aantrekkingskracht op brede mix van bezoekers

De Nijmeegse binnenstad kent een sterke mix aan bezoekers: eigen inwoners, bezoekers uit de bredere regio, dagjesmensen en toeristen. Dit zien we terug in de bestedingen. Ruim 40% van de recreatieve winkelbestedingen in de binnenstad van Nijmegen is afkomstig van consumenten buiten de gemeente. Voor doelgerichte winkelbestedingen is dit bijna 30%. Zoals te zien in figuur 3 trekt binnenstad bezoekers uit de brede regio van Arnhem tot Cuijk. Aanvullend hierop zijn er dag- of weekendbezoeken van elders uit Nederland. Tot slot is de binnenstad van Nijmegen een populaire bestemming voor Duitse bezoekers, mede vanwege de ligging nabij de grens.

Figuur 10: Herkomst omzet recreatieve (links) en doelgerichte (rechts) winkels

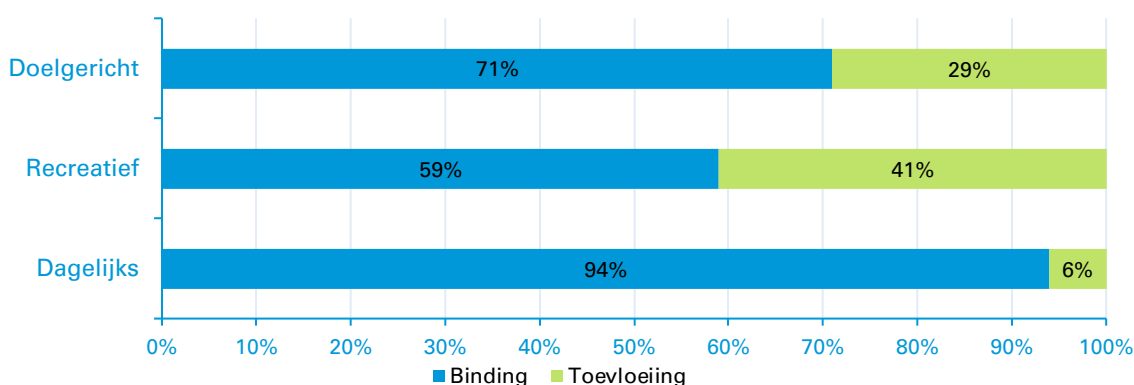


Bron: Koopstromenonderzoek Oost-Nederland, 2023.

Toevloeiing het grootst in recreatieve en doelgerichte segment

Figuur 9 geeft de verdeling van bestedingen weer per winkelmotief. In dit figuur is te zien dat 94% van de bestedingen aan dagelijkse aankopen in de binnenstad afkomstig is van inwoners uit de gemeente Nijmegen. Bij recreatief winkelen is dit 59% en bij doelgericht winkelen 71%. De koopstromen van de Nijmeegse binnenstad zijn vergelijkbaar met binnensteden in de benchmark. Dagelijkse bestedingen vertonen vaak een sterke lokale binding, omdat mensen boodschappen graag dicht bij huis doen. Voor het recreatieve en doelgerichte winkelen zijn consumenten bereid meer afstand af te leggen. Hierdoor zijn de toevloeiingscijfers van deze winkelmotieven hoger.

Figuur 11: Binding en toevloeiing per bezoekenmotief



Bron: Koopstromenonderzoek Oost-Nederland, 2023.

Koopstromenonderzoek en Stadscentrummonitor wijzen uit: bezoekers over het algemeen tevreden over Nijmeegse binnenstad

Het rapportcijfer van bezoekers voor de binnenstad als geheel in de Stadscentrummonitor (2022) is 7,7. Dit is het hoogste rapportcijfers voor de binnenstad de afgelopen 26 jaar. Vooral het aspect 'sfeer en gezelligheid' scoort hoog. De aanwezigheid van groen en het parkeertarief krijgen de laagste beoordeling. Verder zijn belangrijke stadsproblemen volgens bewoners uit de binnenstad, naast woningtekort, verkeersdruk en overlast van dak- en thuislozen. Ook wordt rotzooi-zwerfvuil-afval genoemd. Tot slot verdienen diverse verkeerszaken aandacht, zoals de beschikbaarheid van parkeerplaatsen en overlast van hardrijdend verkeer.

Bezoekers die mee hebben gedaan aan het Koopstromenonderzoek (2023) beoordelen het de binnenstad van Nijmegen over het algemeen positief. Het gemiddelde rapportcijfer dat bezoekers geven aan de binnenstad van Nijmegen is 7,8. Ter vergelijking: de benchmark scoort een 7,6. Men is vooral tevreden over het horeca-aanbod en de bereikbaarheid met de fiets. Beide indicatoren worden beoordeeld met een 8,4. De grootste verbeteringslag kan gemaakt worden in de aanwezigheid van groen. Bezoekers beoordelen dit aspect met een 6,0. Veel delen van de binnenstad hebben (nog) een versteende uitstraling. De gemeente Nijmegen is echter al volop bezig met het vergroenen van de binnenstad.

6.4 Loopstromen

Figuur 10 toont de verdeling van de passantenstromen in de binnenstad. De meest recente cijfers komen uit 2019 (recente passantenstromen tijdens de coronapandemie zijn niet representatief). De drukste straten in de binnenstad zijn de Molenstraat, Broerstraat, Grote Markt en Burchtstaat. Het benedengedeelte van de Marikenstraat wordt tevens druk bezocht. Aanliggende straten als de Ziekerstraat, Plein 1944, Bloemerstraat en Lange Hezelstraat zijn iets minder druk maar kennen nog steeds een goede doorstroom aan bezoekers.

Figuur 12: Verdeling aantal passanten kernwinkelgebied Nijmegen



Bron: BRO 'Weerbaarheidsanalyse binnenstad Nijmegen', 2021.

Opgave: houd loopstromen in stand met levendige, attractieve plint

Een levendige, veelzijdige en gevarieerde plint is cruciaal om de binnenstad aantrekkelijk te houden en de verhuurbaarheid op peil te houden. Passanten beleven de stad vooral op ooghoogte.

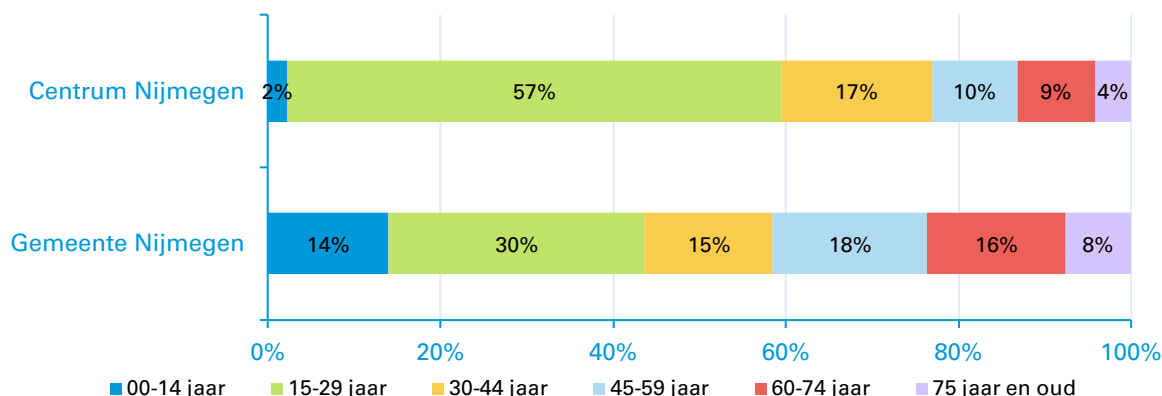
Voorzieningen in de plint (begane grond) zijn noodzakelijk om routes door de stad te blijven activeren en voldoende bestaansrecht te houden voor ondernemers. Levendige functies als winkels, horeca, ateliers en diensten worden als prettig ervaren. Straten met een overdaad aan ‘publieksarme functies’ (zoals woningen, opbergplaatsen, garages) en ‘blinde gevels’ (gevels zonder ramen) raken 1-op-1 de economische vitaliteit van een winkelstraat. Vooral in het kernwinkelgebied en aanloopstraten is het belangrijk om de loopstromen in stand te houden met een attractieve plint.

6.5 Demografie

Leeftijdsopbouw bevolking Nijmegen: piek in de studentenleeftijd

In de gemeente Nijmegen zit een grote piek tussen in de leeftijdscategorie 15-29 jaar. De logische verklaring hiervoor is dat er veel jongeren naar Nijmegen komen om een studie te volgen, zowel aan de Universiteit als aan de Han. Veel van deze studenten wonen in de binnenstad. Daar is de piek in deze leeftijdscategorie nog groter. Bijna 60% van de inwoners uit de binnenstad heeft een leeftijd tussen de 15 en 29 jaar. Het gros van de inwoners in de binnenstad zijn dan ook jongeren en starters. Logischerwijs zijn de andere leeftijdsklassen hierdoor minder vertegenwoordigd. Figuur 11 geeft de leeftijdsopbouw van de Nijmeegse bevolking weer.

Figuur 13: Leeftijdsopbouw bevolking Nijmegen



Bron: Gemeente Nijmegen Bevolkingscijfers (tableau public), 2024.

Gemeente Nijmegen maakt een forse inwonersgroei door

De gemeente Nijmegen maakt een forse inwonersgroei door tot 2040. Het aantal inwoners stijgt van 187.125 in 2024 tot 193.335 in 2030. Ook in de periode daarna, tot 2040, blijft het aantal inwoners flink doorgroeien. Door de inwonersgroei ontstaat er extra bestedingspotentie en economisch draagvlak voor winkels en overige commerciële voorzieningen in Nijmegen. Er zijn immers meer inwoners om bestedingen te doen. We hanteren hierbij de raming van ABF Research (Primos Prognose 2023). In deze raming wordt rekening gehouden met onderliggende trends als huishoudensverdunding, vergrijzing en migratie. Ook woningbouwplannen zijn integraal onderdeel van de Primos Prognose.

Tabel 2: Ontwikkeling aantal inwoners en prognose inwonersgroei

	2020	2024	2030	2040
Gemeente Nijmegen	177.520	187.125	193.335	197.395
Totale inwonersgroei gemeente Nijmegen	-	+ 9.605	+ 6.210	+ 4.060

Bron: Gemeente Nijmegen Bevolkingscijfers (tableau public), 2024. Primos Prognose, 2023. Bewerking: Stec Groep.

Woningbouwplannen in de Nijmeegse binnenstad

In de gemeente Nijmegen worden de komende jaren veel verschillende woningbouwplannen ontwikkeld. In onderstaande tabel staat een overzicht van de woningbouwplannen die specifiek in de binnenstad gaan plaatsvinden. In totaal gaat het om circa 900 woningen. Het betreft voornamelijk appartementen.

Tabel 3: Woningbouwplannen binnenstad Nijmegen

Naam	Locatie	Aantal woningen
Centrumkwartier (foto 1)	Centrumzijde van het station	280
Project Fier (foto 2)	Molenpoortpassage	435
Project Feniks (foto 3)	Grote Markt (oude V&D Gebouw)	180

Bron: Gemeente Nijmegen, 2024.



Grootste gedeelte van bevolkingsgroei tot 2030 geconcentreerd rondom de binnenstad

Naast woningbouwplannen in de binnenstad zijn er ook diverse bouwplannen in de omgeving van de binnenstad. Dit betekent dat de grootste bevolkingsgroei tot 2030 zich concentreert rondom de binnenstad van Nijmegen. Dit blijkt uit het rapport Demografische Verkenning van de gemeente Nijmegen (2021). Wijken die naar verwachting flink gaan groeien zijn Stadscentrum, Biezen en Lent. Enkele voorbeelden van woningbouwplannen in de omgeving van de binnenstad zijn: Hoge Bongerd, Waalfront en woontoren Duet.

6.6 Planologische mogelijkheden

In onderstaande tabel en bijbehorend figuur staan de planologische mogelijkheden op de begane grond weergegeven volgens het Bestemmingsplan Nijmegen Centrum - Binnenstad (vastgesteld 28-11-2012). Dit geeft een overzicht van welke functie waar in het centrum van Nijmegen wordt toegestaan (op de begane grond). Er zijn zes specifieke bestemmingen en zeven verschillende gemengde bestemmingen. Soms is een functie uitsluitend toegestaan 'ondergeschikt aan' de hoofdfunctie(s). Dit wordt weergegeven met een geel symbool. Een voorbeeld: binnen een detailhandelsbestemming wordt ongeschikte horeca toegestaan tot maximaal 50 m² en niet meer dan 25% van het winkelvloeroppervlak.

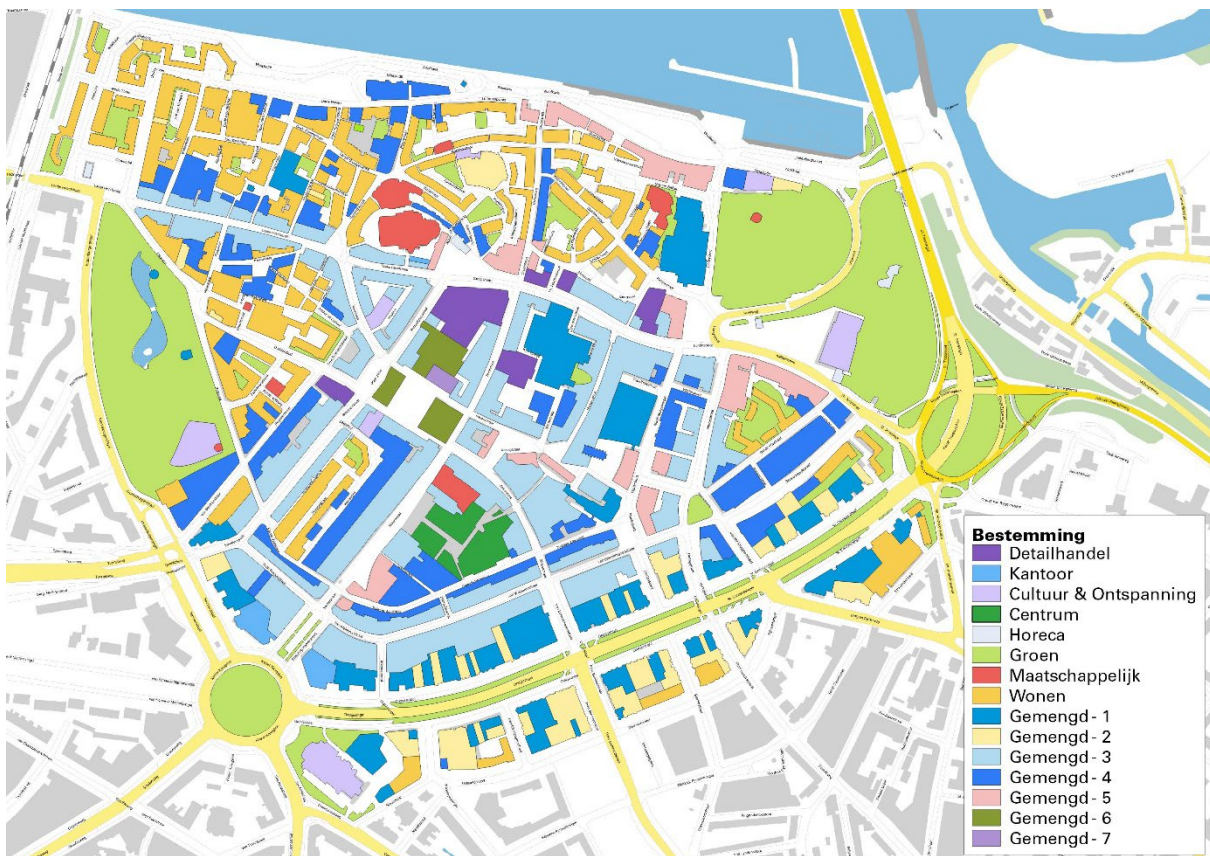
Symbool	Betekenis
	Functie is toegestaan op bestemming
	Functie uitsluitend toegestaan 'ondergeschikt aan' hoofdfunctie(s)
	Functie is niet toegestaan op bestemming

Tabel 4: Omgevingsplanmogelijkheden begane grond per bestemming

Functie	Detailhandel	Horeca*	Kantoor	Maatschappelijk	Wonen	Cultuur & ontspanning	Diensten	Bedrijven (cat. 1 & 2)
Bestemming								
Gemengd-1	—	+	×	+	×	+	+	×
Gemengd-2	—	+	+	+	+	+	+	×
Gemengd-3	+	+	×	×	+	+	—	+
Gemengd-4	+	+	+	+	+	+	+	+
Gemengd-5	+	+	+	×	+	+	—	+
Gemengd-6	+	+	+	+	+	+	+	×
Gemengd-7	+	+	×	×	+	+	+	×
Centrum	+	+	+	+	+	+	+	+
Detailhandel	+	—	×	×	×	×	×	×
Horeca	×	+	×	×	×	×	×	×
Maatschappelijk	×	—	×	+	×	×	×	×
Cultuur & ontspanning	—	—	×	×	×	+	×	×
Wonen	×	×	×	×	+	×	×	×

Bron: Omgevingsplan Nijmegen Centrum, 2012. Bewerking: Stec Groep, 2024. * Verdere toelichting horeca figuur 13.

Figuur 14: Planologische mogelijkheden begane grond omgevingsplan centrum Nijmegen



Bron: Bestemmingsplan Nijmegen Centrum, 2012.

In onderstaand figuur staan de planologische mogelijkheden weergegeven voor vier verschillende functies. Dit zijn wonen, detailhandel, diensten en (lichte) horeca. Voor alle functies geldt: het zijn de planologische mogelijkheden op de begane grond.

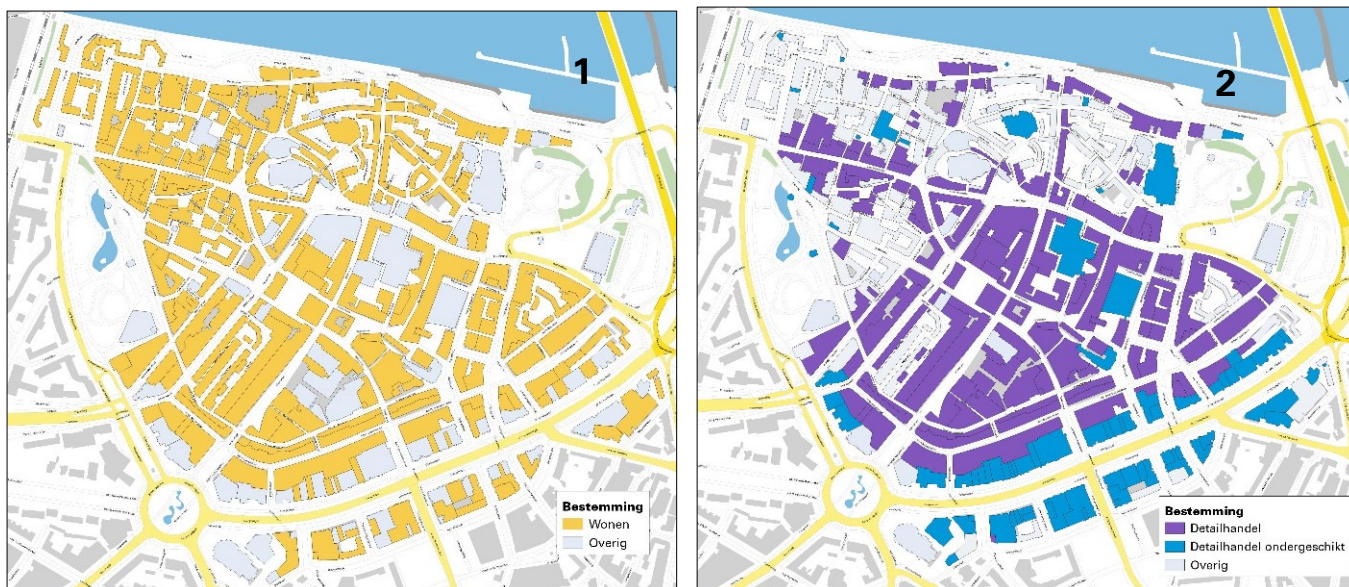
Wonen op de begane grond toegestaan in grote delen binnenstad, inclusief kernwinkelgebied

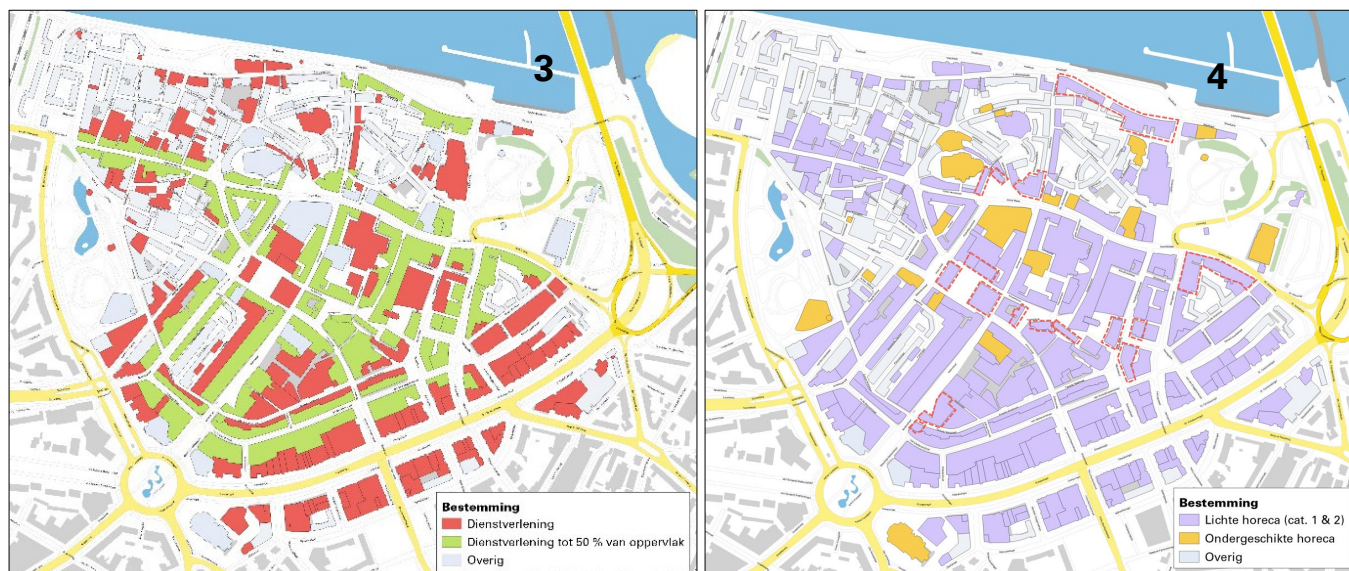
In grote delen van de Nijmeegse binnenstad is het planologisch gezien mogelijk om te wonen op de begane grond. Dit geldt voor alle gele panden in figuur 13, nummer 1. Ook in grote delen van het kernwinkelgebied mogen woningen gerealiseerd worden. Een reëel risico is verkleuring en/of afwaardering van een aantal winkelstraten naar woonstraten. Door grote krapte pakt de markt transformatie naar wonen in de plint momenteel in hoog tempo op. In een aantal straten gebeurt dit al; bijvoorbeeld in de Hertogstraat of Van Welderenstraat. Dit terwijl deze straten een belangrijke route functie hebben met kwalitatief gewenst aanbod. Een levendige plint is van groot belang omdat deze de loop bevordert, bezoekers prikkelt en zorgt voor reuring op straat. Wonen in de plint doorbreekt deze functie. Hierdoor gaat de recreatieve waarde van de winkelstraat omlaag. Bovendien heeft het een negatief effect op de commerciële (vastgoed)waarde.

Beleidslijn Lichte Horeca Stadscentrum

In 2013 is de beleidslijn Lichte Horeca Stadscentrum opgesteld. Hierin worden concepten in de lichtste categorie horeca (zijnde broodjeszaak, lunchroom, croissanterie, ijssalon, koffiebar en tearoom) op bijna alle locaties in de binnenstad toegestaan. Dit is goed terug te zien in onderstaand figuur (nummer 4). Lichte horeca is toegestaan in alle panden met een paarse kleur. Nieuwe restaurants en cafés zijn alleen toegestaan in de 'horeca-accentgebieden'; dit zijn de rood gearceerde gebieden in het figuur. Het gaat om: Grote Markt/Grotestraat, Kelfkensbos, Koningsplein/Mariënborg, Molenstraat, Plein 1944 en Waalkade (bron: gemeente Nijmegen 'Horeca-onderzoek in de binnenstad' (2019). Conform dit beleid is het aantal horecazaken de afgelopen jaren stabiel gebleven (verdere toelichting horecabeleid kader pagina 53).

Figuur 15: Planologische mogelijkheden begane grond: wonen (1), detailhandel (2), diensten (3) en horeca (4)





Bron: Omgevingsplan Nijmegen Centrum, 2012. Bewerking: Stec Groep, 2024.

Planologische mogelijkheden op verdiepingen in de Nijmeegse binnenstad

In de Nijmeegse binnenstad is het op bijna alle bestemmingen planologisch gezien toegestaan om te wonen op verdiepingen. Alleen op de bestemming 'Gemengd-1' is het niet toegestaan. Voor niet-wonen functies geldt dat bestaand gebruik op de verdiepingen is toegestaan. Daarnaast gelden er op verschillende locaties specifieke mogelijkheden voor niet-wonen functies op verdiepingen. Zo mag zware horeca de eerste verdieping gebruiken ten behoeve van toilet-, opslag- en/of kantoorruimte (ten behoeve van het horecabedrijf). Ook geldt voor sommige winkels dat detailhandel wordt toegestaan zowel ondergronds in één bouwlaag, op de begane grond en op de eerste verdieping. Bedrijven (cat. 1 & 2) zijn alleen toegestaan op de begane grond en in de kelderruimte. Bestaande bedrijven op verdieping zijn wel toegestaan.

Opgave binnenstad: levendige plinten voorop

Plinten maken de binnenstad. Ze hebben economische waarde, sociale waarde en fysieke (belevings-) waarde. En zorgen voor ontmoeting, sociale controle en transacties. Het is daarom cruciaal dat de plint levendig en dynamisch blijft. Publieksvoorzieningen die hieraan bijdragen, in de breedste zin van het woord, zijn welkom. Uiteraard op een passende plek in de binnenstad. Het gaat daar bij om sterke mix aan voorzieningen, bestaande uit detailhandel, horeca, cultuur, diensten, ambachten en lichte bedrijvigheid. Stuk voor stuk functies die zorgen voor activiteit en economische vitaliteit. Tegelijkertijd betekent dit dat wonen in de plint in het kernwinkelgebied en de ondersteunende winkelstraten niet als gewenste invulling wordt gezien. Woningen hebben een negatief effect op de attractiewaarde van de plinten. Vaak hebben woningen blinde gevels, met gordijnen of stickers voor privacy. Bovendien: als de plint in een straat eenmaal minder actief is, versnelt dit proces zichzelf. Het is dan lastig om het tij te keren. Een woning transformeert zelden tot nooit terug naar een voorziening. In aanloop naar het Omgevingsplan adviseren we om wonen op de begane grond niet toe te staan in (winkel)straten van de binnenstad.

7. Bijlage 2: potentie kansrijke functies

In dit hoofdstuk werken we per type functie de behoefte voor de binnenstad van Nijmegen uit. We gaan uit van een periode tot en met 2035. We staan telkens stil bij de volgende onderwerpen:

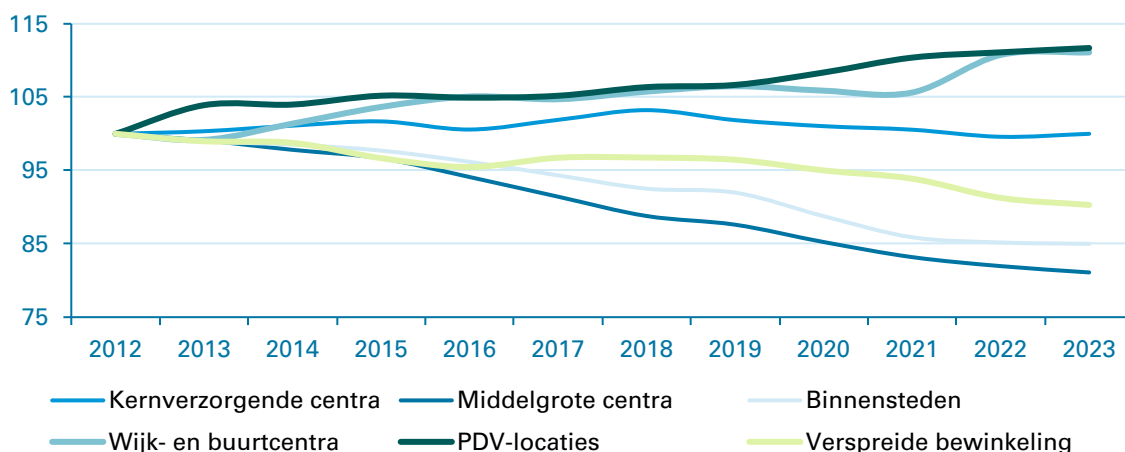
- Marktbeeld, inclusief trends & ontwikkelingen
- Kwantitatieve behoefte
- Kwalitatieve behoefte

7.1 Detailhandel

7.1.1 Marktbeeld: veranderingen consumentengedrag, detailhandel in transitie

Het consumentengedrag verandert en daarmee ook het marktperspectief voor fysieke winkels. Zo hebben consumenten de mogelijkheid om zelf te bepalen waar (online en fysiek) en wanneer (24/7) zij gaan winkelen. Dit heeft gevolgen voor binnensteden, waar de winkelvoorraad sterk is afgenomen. De voorheen groeiende winkelmarkt is een verdringingsmarkt geworden en de concurrentie tussen centra is toegenomen. Multifunctionele binnensteden met ruimte voor werken, wonen, cultuur, horeca en diensten doen het goed. Hier is de leegstand te overzien, vooral wanneer het aanbod compleet is en er sprake is van een sterke functiemix. Naast een sterke functiemix is een breed palet aan factoren van belang: verblijfskwaliteit, toegankelijkheid, bereikbaarheid, parkeren, ondernemerschap, evenementen, veiligheid, et cetera.

Figuur 16: Ontwikkeling winkelvoorraad naar type centrum

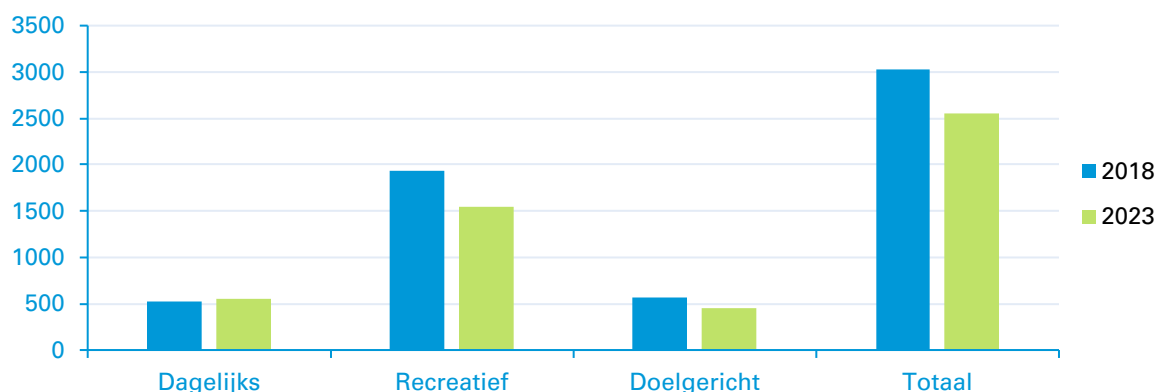


Bron: Locatus, 2023. Bewerking: Stec Groep, 2024 (index: 2012 = 100).

Vooral recreatieve en doelgerichte detailhandel staat onder druk

Vooral branches die sterk online-gevoelig zijn kenden in de loop der jaren een flinke verschralling van het winkelbestand. Om Nijmegen in context te plaatsen zoomen we in op vergelijkbare binnensteden (zie figuur 13). Hierin is zichtbaar dat vooral in de recreatieve en doelgerichte branches veel winkels verdwenen zijn (beide -20%). Zo nam bijvoorbeeld het aantal kleding- en schoenenwinkels, sportwinkels en hobbywinkels sterk af. In de doelgerichte branches staat met name het bruin & witgoed en woonwinkels onder druk. Het aanbod dagelijkse winkels nam iets toe (+5%). Dit komt vooral door een stijging van het aantal supermarkten in binnensteden en de opkomst van kleinschalige to go-concepten.

Figuur 17: Ontwikkeling aantal winkels in benchmark-binnensteden⁴

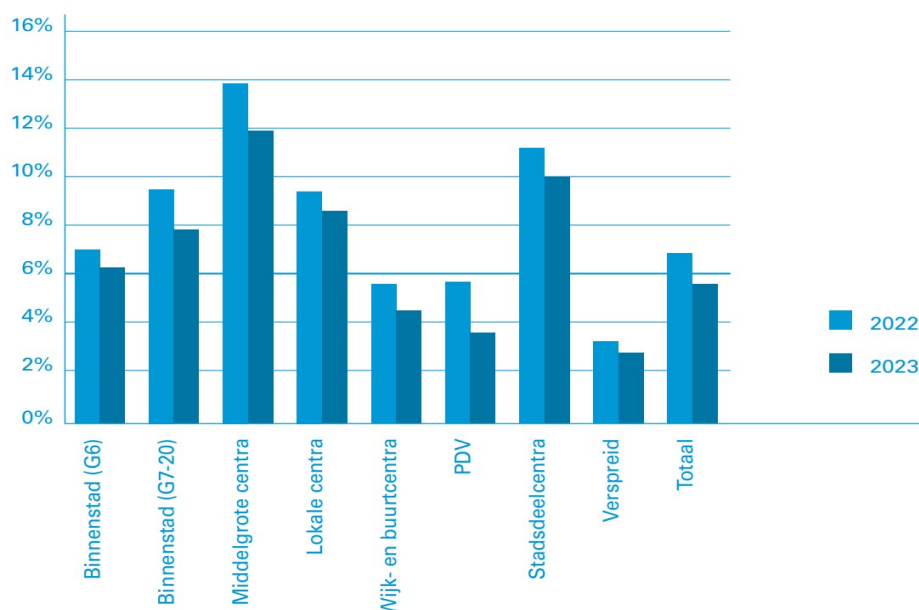


Bron: Locatus, 2023. Bewerking: Stec Groep, 2024.

Sterk herstel binnensteden van coronaperiode, leegstand gedaald

Na perioden van krimp, lockdowns en onstuimige groei van webshops toonde de fysieke winkelmarkt in 2022 en 2023 een stevig herstel. Consumenten wisten de binnensteden en middelgrote centra weer goed te vinden en trokken de portemonnee. Consumenten bezochten winkels niet zozeer vaker maar wel gerichter en ze besteedden meer. Online webshops kenden een duidelijke terugval in verkoopcijfers. Het groeitempo dat in de pandemie werd gerealiseerd, bleek onhoudbaar. De volumes liggen desondanks nog ruim een derde hoger dan pre-corona. In de coronaperiode is de leegstand landelijk en in binnensteden gedaald, waar er juist stijging verwacht werd. Steunmaatregelen van de overheid droegen hieraan bij. Wel bleef het aantal winkels dalen. De panden van stoppende winkels hebben vooral een andere functie hebben gekregen, zoals wonen, kantoren of horeca.

Figuur 18: Ontwikkeling winkelleegstand (in % winkelmeters)



Bron: Locatus, 2023. Bewerking Stec Groep, 2024. 1 januari van elk jaar

⁴ Benchmark binnensteden: Arnhem, Eindhoven, Enschede, Groningen, Leiden, Maastricht en Tilburg.

Grote uitdagingen winkelmarkt: personeelstekort, schulden en kostenstijgingen

Na een sterk herstel staat de winkelmarkt de komende jaren voor grote uitdagingen. Winkeliers hebben de afgelopen jaren veel voor de kiezen gekregen. Na de coronapandemie kwam de energiecrisis die leidde tot een hoge inflatie. De inkoop-, personeel-, huur- en energiekosten stegen hard. Nu moeten bedrijven opgebouwde overheidsschulden terugbetalen. De druk op de marges door gestegen kosten maakt het moeilijker om aan de financiële verplichtingen te blijven voldoen. Een aantal bedrijven die met steun van de overheid overeind zijn gehouden valt alsnog om. Voorbeelden zijn Big Bazar, Score, Scotch & Soda en BCC. Naar verwachting gaan er meer faillissementen volgen in de retail, aldus kredietverzekeraar Allianz.

Trends in marktsegment

In onderstaande tabel werken we een aantal trends en ontwikkelingen uit voor de detailhandelssector.

Trend	Wat betekent deze trend?	Wat betekent dit voor Nijmegen?
De ultieme winkelvaring 	Om tegenwicht te bieden aan webshops (breed assortiment, lage prijzen en gemak) is het cruciaal om met service en positieve ervaringen de consument te verleiden. Dit uit zich in aantrekkelijke winkelomgevingen, een mix aan activiteiten (bijvoorbeeld een combinatie van horeca met een wasserette, speelgoedwinkel of boekhandel), omnichannel-mogelijkheden (zoals koopzuilen) en persoonlijke aandacht (zoals cadeauverpakkingen op maat) of afwerking van sieraden in de winkel.	Het is zaak ondernemerschap optimaal te faciliteren. Waar voorheen de vraag naar ondersteuning en vergunningen meer generiek was, is er nu soms maatwerk nodig om deze nieuwe initiatieven mogelijk te maken binnen bestaand beleid. Zoals uitgebreide mogelijkheden voor combinaties van horeca, leisure en detailhandel. Geef vernieuwende ondernemers in de binnenstad de kans hun mixed-use concept uit te rollen. Dit vergroot het onderscheidend vermogen van de binnenstad.
Opkomst city-concepten en starters 	Door dalende huurprijzen en veranderende marktdynamiek komen nieuwe concepten op in binnensteden. Het gaat daarbij om online webshops die fysieke winkels openen en spelers die primair op perifere locaties gevestigd zijn en zichtbaar willen zijn op drukke locaties (zoals Praxis en IKEA City). Ook zijn lokale ondernemers door dalende huurprijzen steeds vaker in staat winkels te openen.	Nijmegen kan profiteren van de opkomst van city-concepten en starters doordat de diversiteit van het winkelaanbod wordt vergroot. Ook kunnen deze concepten nieuwe klanten aantrekken. Daarnaast kunnen nieuwe city-concepten of starters leegstaande panden vullen. Enkele mooie voorbeelden van city-concepten in Nijmegen zijn de Praxis City en Coolblue.
Afvlakking van online bestedingen 	Online winkelbestedingen aan het consolideren; de grootste groei is voorbij. Tegelijkertijd zien we steeds vaker fysieke winkels van online spelers in het winkellandschap verschijnen. Dat aankopen niet altijd in de winkel zelf gedaan worden is daarbij minder relevant.	De toenemende internetaankopen betekenen dat er minder euro's worden verdiend in de fysieke winkels. In Nijmegen is dit in de afgelopen tien jaar duidelijk zichtbaar geweest met leegstand als gevolg. Doordat de groei van online zijn plafond lijkt te bereiken verwachten we voor Nijmegen dat de impact op eventuele nieuwe leegstand beperkter zal zijn dan voorheen.
Maak plaats voor groen 	Er is steeds meer aandacht voor groen in binnensteden. Er zijn dan ook tal van voordelen: groen verhoogt de verblijfskwaliteit, zorgt voor een rijkere biodiversiteit, vermindert luchtvervuiling, zorgt voor waterberging, dempt geluidshinder en verkoelt in warme periodes. Ook consumenten vinden het toevoegen van groen belangrijk: groenvoorzieningen staat op één in de top 10 belangrijkste elementen van een leefbaar centrum (bron: Retailagenda, 2023).	Delen van de binnenstad in Nijmegen zijn sterk versteend uitstraling, zoals de Broerstraat en grote delen van de Burchtstraat. Inwoners en bezoekers beoordelen de binnenstad laag op aanwezigheid van groen. Inzetten op meer groen en blauw (water) levert zoveel op. Denk aan verhogen van de kwaliteit van de Broerstraat, substantiële vergroening in versteende gebieden en het aanleggen van diverse waterpartijen (zoals fonteinen). De gemeente is echter al volop bezig.

7.1.2 Kwantitatieve behoefte detailhandel

In onderstaande tabel is een marktruimteberekening gemaakt voor detailhandel in de binnenstad. We maken onderscheid in dagelijkse, recreatieve en doelgerichte branches. Er zijn daarbij gegevens gebruikt uit koopstromenonderzoeken, omzetkengetallen en bureau-expertise. Zowel bestedingen uit Nijmegen als bezoekers van elders (hoofdzakelijk regio) worden meegenomen. Er wordt uitgegaan van een voorzichtig scenario (onderkant bandbreedtes) vanwege onzekerheid in de markt en er wordt gecorrigeerd voor enige toename van online aankopen in de recreatieve branche. Sinds het koopstromenonderzoek hebben zich enkele wijzigingen voortgedaan in het aanbod zoals de komst van Albert Heijn aan Plein '44. Deze verwerken we expertmatig in de koopstromen.

Tabel 5: Kwantitatieve behoefte detailhandel binnenstad Nijmegen

	Dagelijks 2024	Dagelijks 2035	Recreatief 2024	Recreatief 2035	Doelgericht 2024	Doelgericht 2035
Inwoners	188.590	194.560	188.590	194.560	188.590	194.560
Bestedingen (€)	2.678	2.678	970	960	1.003	1.003
Fysieke bestedingen (€)	505,0 mln.	521,0 mln.	182,9 mln.	186,8 mln.	189,2 mln.	195,1 mln.
Koopkrachtbinding	9%	10%	42%	42%	11%	11%
Gebonden omzet (€)	45,5 mln.	52,1 mln.	76,8 mln.	78,5 mln.	20,8 mln.	21,5 mln.
Toevloeiing	7%	7%	41%	41%	29%	29%
Totale omzet (€)	48,9 mln.	56,0 mln.	130,2 mln.	133,0 mln.	29,3 mln.	30,2 mln.
Referentie omzet per m² NL (€)	4.500	4.500	2.350	2.350	1.800	1.800
Haalbaar aanbod (m² wvo)	10.861	12.450	55.414	56.597	16.281	16.796
Huidig aanbod 2023 (m² wvo)	10.563	10.563	55.452	55.452	15.467	15.467
Kwantitatieve behoefte (m² wvo, afgerond op honderdtal)	300	1.900	0	1.100	800	1.300

Bron: KSO, 2023; CBS, 2024; Primos, 2024; Panteia, 2023; Locatus, 2023; Stec Groep, 2024.

Dagelijks	Recreatief	Doelgericht
Supermarkt	Kleding & Mode	Sport, spel, hobby & media
Levensmiddelen (zoals groente, slager, bakker)	Schoenen & Lederwaren	Plant & Dier
Persoonlijke verzorging	Juwelier & Optiek	Bruin & Witgoed
	Huishoudelijk & luxe artikelen	Doe-het-zelf & wonen

Krimp detailhandel in Nijmegen lijkt bodem te hebben bereikt

Uit distributieplanologisch onderzoek blijkt dat er kwantitatieve behoefte is voor 4.400 vierkante meter wvo detailhandel richting 2035. Hier staat een verhuurbare leegstand (juli 2024) tegenover van 4.700 vierkante meter wvo. Deze kwantitatieve behoefte kan benut worden om huidige leegstand verder in te vullen, waarbij er wel krapte ontstaat op specifieke locaties omdat de leegstand daalt tot onder een gewenst frictieniveau. Ook kan dan marktbehoefte ingezet worden in gebiedsontwikkelingen (zoals Molenpoortpassage, Metterswane). Het beeld dat er op termijn kwantitatieve behoefte is voor detailhandel in de Nijmeegse binnenstad past in de trend dat het winkelaanbod in de afgelopen vijf jaar aan het stabiliseren is in de binnenstad. Zo daalde het oppervlak winkels sinds 2020 slechts met één procent. In andere binnensteden is deze daling aanzienlijk sterker.

De uitkomsten zijn beleidsneutraal en kennen onzekerheden

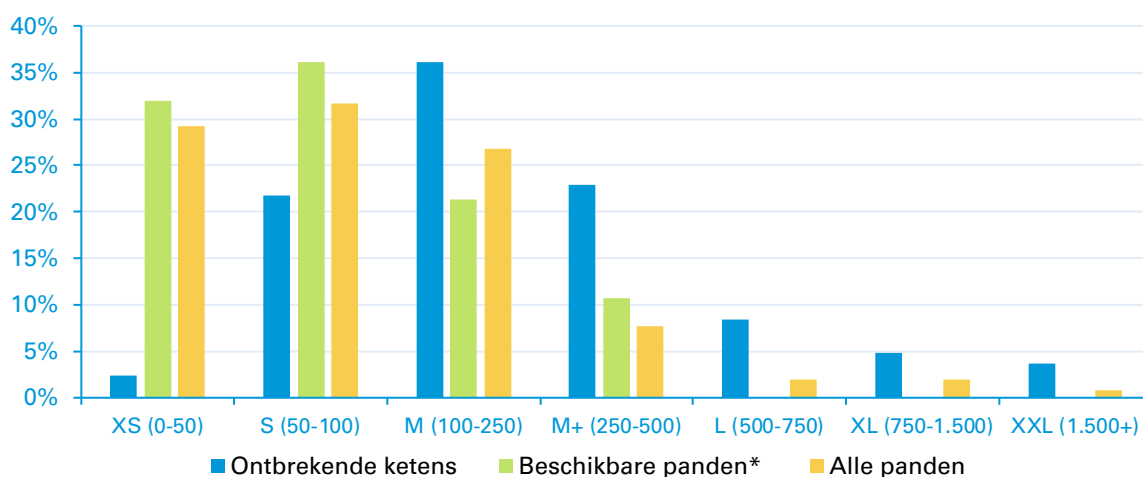
Het DPO geeft geen exacte weergave van de ontwikkelingsruimte voor detailhandel in de Nijmeegse binnenstad omdat er onzekere variabelen zijn. Denk aan veranderende woningbouwplannen, daadwerkelijke realisatie van woningbouw, ontwikkelingen in migratie, ontwikkeling van het online aandeel en marktomstandigheden. Daarnaast is gebruik gemaakt van meerjarige gemiddelden om conjuncturele effecten te filteren, zoals gebruikelijk bij distributieplanologisch onderzoek. Tabel 5 geeft daardoor geen accurate weergave van de huidige situatie in de winkelmarkt van sterk oplopende kosten van winkeliers (energie, huren, personeel, inkoop, schulden) en teruglopende verkopen als gevolg van economische omstandigheden. Diverse winkelketens en kleinere ondernemingen hebben daardoor moeite om financieel het hoofd boven water te houden. Enige toename van leegstand is niet uit te sluiten (zie [onderzoek](#) Stec Groep). Op middellange termijn zal de winkelmarkt weer aantrekken. Bovendien schetst het een beleidsneutraal cq. statisch beeld. Door gerichte verbeteringen aan de binnenstad zoals verhoging van de verblijfskwaliteit, versterking van aanbod of verbeterde bereikbaarheid kunnen consumenten verleid worden vaker te komen, meer te besteden of juist van buiten de gemeente aangetrokken worden. Dit kan leiden tot een grotere vraag naar winkelruimte. Omgekeerd geldt dat de situatie ook kan verslechteren, bijvoorbeeld door marktomstandigheden en beleidskeuzes.

7.1.3 Kwalitatieve behoefte

Ontbrekende winkelketens vooral behoefte aan grotere units dan het huidige aanbod

Om de potentie van de ontbrekende ketens in te schatten hebben we gekeken welke recreatieve winkelketens zich vestigen in vergelijkbare binnensteden (qua omvang, regionale functie, demografie, sociaaleconomische structuur) en daarmee ook kansrijk zijn voor Nijmegen (tabel 8). Daarbij maken we een confrontatie tussen de vastgoedmaten die deze formules zoeken en het huidig beschikbaar aanbod (leegstand) in de binnenstad. Sluit het beschikbaar aanbod aan op de kwalitatieve vraag naar winkelruimte? In onderstaand figuur matchen we de huisvestingswensen van deze ketens met het beschikbare vastgoed. Hieruit blijkt dat er een grote vraag is naar ketens met een omvang van 250 tot 500 m² vwo. Ook blijkt dat er vraag is naar winkelpanden van 500 tot 750 m² vwo en groter. Het aanbod (c.q. leegstand) is zeer minimaal in dit vastgoedsegment. Het toevoegen van enkele populaire ketens met een dergelijke omvang heeft een substantiële impact het op winkelbestand en het economisch functioneren van de binnenstad.

Figuur 19: Ontbrekende recreatieve ketens vs. (beschikbare) panden (aandeel)



Bron: Locatus, 2024; Bewerking Stec Groep, 2024. * exclusief Molenpoortpassage

Nader ingezoomd op kwalitatieve kansen in dagelijkse, recreatieve en doelgerichte detailhandel

Om een nader beeld te geven van de kwalitatieve behoefte naar winkelruimte in de Nijmeegse binnenstad vergelijken we de winkelbranches in Nijmegen met benchmark-binnensteden⁵. Zo krijgen we een beeld van branches die beperkt vertegenwoordigd zijn en waar in potentie kansen liggen. Ook geven we een beeld van winkelformules die momenteel niet in de Nijmeegse binnenstad aanwezig zijn maar zich wel oriënteren op vergelijkbare binnensteden (Bron: formulebank, Stec Groep). We geven daarbij telkens aan in welke mate deze formules georiënteerd zijn op binnensteden als Nijmegen en in welke mate formules inzetten op groei van vestigingen. Hieraan voegen we ook formules toe die momenteel georiënteerd zijn op grotere steden maar wel expanderen naar steden als Nijmegen.

Dagelijkse detailhandel: licht ondervertegenwoordigd, kansen voor food-aanbod

Met 54 dagelijkse winkels is er sprake van een goede vertegenwoordiging in de Nijmeegse binnenstad. Desondanks blijft het aanbod wat achter in vergelijking met de benchmark-binnensteden. De kwantitatieve marktruimte laat bovendien zien dat er potentie is om het aanbod wat te verbreden/optimaliseren. Dit geldt voor de huidige situatie maar vooral ook in de komende periode door een groeiende behoefte vanwege woningbouwontwikkelingen in- en nabij de binnenstad. Doordat consumenten dagelijkse aankopen op kortere afstand van de woning doen neemt de oriëntatie voor dagelijkse bestedingen op de binnenstad hierdoor toe.

Met name op het vlak van supermarkten, delicatessenzaken, slijterijen, koffie/theezaken en chocoladewinkels blijft het aanbod achter. Daarnaast ontbreekt aanbod in de categorie vlaaien en groente/fruit (waarbij de warenmarkt wel voorziet in een ruim aanbod groente/fruit). In extra supermarktmeters wordt al voorzien in de geplande supermarkt bij ontwikkeling Metterswane. In voor overige branches liggen kansen in specifieke niches zoals een alcoholvrije slijterij en delicatessen uit diverse keukens. Dagelijkse ketens die kansrijk zijn voor Nijmegen zijn bijvoorbeeld Kaldi, Normal, Nespresso, Olala Chocola en Die Grenze.

Tabel 6: Ontbrekende dagelijkse ketens

Naam	Branche	Metrage	Oriëntatie	Groeier	Naam	Branche	Metrage	Oriëntatie	Groeier
Kaldi	Koffie & thee	XS (0-50) / S (50-100)	+++	++	Skin Cosmetics	Parfumerie	M (100-250)	++	+
Normal	Drogist	M+ (250-500)	+++	+++	Trekpleister*	Drogist	M (100-250)	++	+
Olala Chocola	Chocola	XS (0-50) / S (50-100)	+++	++	Zuivelhoeve	Kaas	XS (0-50) / S (50-100)	++	+
G&W Gezondheids winkel	Gezondheidswinkel	S (50-100) / M (100-250)	+++	+	Art of Chocolate	Chocola	S (50-100) / M (100-250)	+	+++
Nespresso Boutique	Koffie & thee	S (50-100) / M (100-250)	++	+	Bargello parfums	Parfumerie	XS (0-50) / S (50-100)	+	+
Chocolaterie Boulanger	Chocola	XS (0-50)	++	+++	Dutchhomemade	Chocola	XS (0-50)	+	++
Die Grenze	Drogist	M+ (250-500) / L (500-750)	++	+++	Lush	Parfumerie	XS (0-50) / S (50-100)	+	+
Henri Bloem	Slijterij	S (50-100) / M (100-250)	++	+	Stach Delicatessen	Delicatessen	S (50-100) / M (100-250)	+	+
Pro Duo*	Haarproducten	S (50-100)	++	+	Marie-Stella	Parfumerie	XS (0-50)	+	++

Bron: Formulebank Stec Groep, 2024. * locatie elders in Nijmegen.** zat voorheen al in Nijmegen. Oriëntatie = de mate waarop formules georiënteerd zijn op binnensteden als Nijmegen. Groeier = de mate waarop formules in de afgelopen jaren vestigingen openen en/of de komende jaren van plan zijn vestigingen te openen.

⁵ Arnhem, Breda, Eindhoven, Enschede, Groningen, Haarlem, Leiden, Maastricht, Tilburg.

Recreatieve detailhandel: onvoldoende geschikt aanbod voor middelgrote formules

De markt voor recreatief aanbod in de binnenstad van Nijmegen is momenteel in balans. Richting 2035 ontstaat wat extra marktruimte (zie tabel 5). Het gaat om circa 1.100 m² wvo. Daarnaast is er altijd ruimte voor dynamiek in de markt. Zo zijn er voortdurend concepten in opkomst (en sommige verdwijnen weer). Ook zijn er enkele specifieke branches die versterkt kunnen worden. Diverse recreatieve winkelketens zoeken naar grotere winkelpanden om het concept optimaal neer te zetten. Met name in de segmenten M+ (250-500 m²) en L (500-750 m²) zijn er onvoldoende locaties om nieuwe formules te kunnen aantrekken. Zo staat er op dit moment geen enkele unit groter dan 500 m² leeg. Bovendien is het overgrote deel van de beschikbare leegstand kleinschalig, in de categorie XS (0-50 m²) of S (50-100 m²). Hier sluit de kwalitatieve vraag niet aan op het beschikbare aanbod. Ketens georiënteerd op grotere units Nijmegen missen hier de boot, waardoor andere binnensteden mogelijk worden verkozen.

In tabel 7 staan recreatieve branches die onderontwikkeld zijn in de Nijmeegse binnenstad. In vergelijkbare binnensteden zijn deze branches beter vertegenwoordigd. We zien potentie voor extra winkel in mode, lingerie, bruidskleding, kindermode, antiek en muziekinstrumenten. Het kan gaan om zowel ketens als zelfstandig ondernemerschap. Zoomen we in op de ontbrekende ketens (tabel 8) dan is het bijvoorbeeld opvallend dat modeketen Bershka geen vestiging heeft in de binnenstad. In alle binnensteden met een vergelijkbaar profiel is deze keten actief. De keten zoekt naar panden met een omvang van 500-750 m² wvo. Dit aanbod is op dit moment niet beschikbaar in de Nijmeegse binnenstad. Ook ketens als Superdry, Pull&Bear, Intimissimi, Nikkie en Only & Sons zijn ketens die zich oriënteren op binnensteden als Nijmegen. Om deze ketens aan te trekken is het van belang de huisvestingswensen te matchen met het vastgoed. Door discrepanties in beeld te brengen kan met een goede vastgoedaanpak (bv. vergroten van panden of nieuwbouw) tot geschikt aanbod gekomen worden.

Tabel 7: Kansen versterken recreatief winkelaanbod

Type winkel	Aanwezig	Kansrijk	Voorbeelden in Benchmark
Dames & herenmode	Ja	+++	Pull&Bear (Eindhoven, Leiden, Tilburg, Maastricht, Breda), Superdry (Arnhem, Breda, Eindhoven, Enschede, Groningen, Haarlem, Leiden, Maastricht, Tilburg), Ulla Popken (Arnhem, Eindhoven, Enschede, Groningen, Haarlem, Maastricht, Tilburg)
Lingerie	Ja	+++	Intimissimi (Arnhem, Eindhoven, Enschede, Groningen, Leiden, Maastricht), Livera (Breda, Eindhoven, Enschede, Groningen, Haarlem, Tilburg)
Antiek	Nee	+++	Andere Tijden (Maastricht), Antiquariaat Sfinx (Groningen), Le Cruchon (Haarlem), 't Gemakje (Leiden), De Refter (Arnhem)
Bruidskleding	Nee	+++	Bruidswinkel WED2B (Arnhem), Simoni Club (Eindhoven), Bruidsmode Haarlem, De Sluier (Arnhem), Santarello (Breda).
Muziekinstrumenten	Nee	+++	Muziekhuis Westerhaven (Groningen), Dijkmans Muziek (Breda), Guitars & BEANS (Leiden)
Cadeauartikelen	Ja	++	Het Kadocafe (Groningen), No Social Waste (Arnhem), Kunstlicht (Tilburg), Verwondering (Maastricht)
Warenhuis	Ja	+	-
Kindermode	Ja	+	Vingino (Maastricht), Little Things (Arnhem), Kloffies & Koffie (Breda), Never Grow Up (Haarlem)

Bron: Stec Groep, 2024. Op basis van een benchmark. De weergegeven type winkels zijn ondergemiddeld vertegenwoordigd in de Nijmeegse binnenstad.

Tabel 8: Ontbrekende recreatieve ketens (hoofdzakelijk focus op A/B1 locaties)

Naam	Branche	Metrage	Oriëntatie	Groeier	Naam	Branche	Metrage	Oriëntatie	Groeier
Superdry	Mode	M (100-250) / M+ (250-500)	+++	+	Nolabel	Herenmode	S (50-100) / M (100-250)	+	+++
Intimissimi	Lingerie	S (50-100) / M (100-250)	+++	+++	Oska	Damesmode	S (50-100) / M (100-250)	+	+
Nikkie*	Damesmode	S (50-100) / M (100-250)	+++	+	s. Oliver	Mode	M+ (250-500) / L (500-750)	+	
Bershka	Mode	L (500-750)	+++	+	Shuz	Schoenen	S (50-100) / M (100-250)	+	
Only & Sons	Herenmode	M (100-250) / M+ (250-500)	+++	+++	Stradivarius	Damesmode	L (500-750) / XL (750-1.500)	+	+
Vanilla	Damesmode	M (100-250) / M+ (250-500)	+++		Wolky	Schoenen	S (50-100)	+	
VILA	Damesmode	S (50-100) / M (100-250)	+++	+	Zilch	Damesmode	M (100-250)	+	+
Voetbal shop.nl	Sport	S (50-100) / M (100-250)	+++	+++	Blue Tomato	Sport	M (100-250)	+	++
Ulla Popken**	Mode	M (100-250)	+++	+	Miniso	Huishouden	M (100-250) / M+ (250-500)	+	++
Calzedonia	Mode accessoires	XS (0-50) / S (50-100)	+++	+++	Mr Marvis	Herenmode	M (100-250)	+	++
Cavallaro Napoli	Mode	S (50-100) / M (100-250)	+++		Nike Store	Sport	M+ (250-500) / L (500-750)	+	+
Courir	Schoenen	M (100-250)	+++	+++	Pauw	Mode	S (50-100) / M (100-250)	+	
Livera	Lingerie	S (50-100) / M (100-250)	+++		Summum Brandstore	Damesmode	M (100-250)	+	+
Pull&Bear	Mode	M+ (250-500) / L (500-750)	+++	+	Urban Outfit	Mode	L (500-750)	+	++
Schaap en Citroen	Juwelier	S (50-100) / M (100-250)	+++	+	Veritas	Mode accessoires	S (50-100) / M (100-250)	+	+++
Caroline Biss	Damesmode	S (50-100) / M (100-250)	++		Uniqlo	Mode	XL (750-1.500) XXL (1.500+)	+	+
Just Brands	Mode	M (100-250) / M+ (250-500)	++	+	Smyths Toys	Speelgoed	-	+	+++
The Society	Herenmode	M (100-250)	++		11 Teamsports	Sport	M (100-250) / M+ (250-500)	+	++
Kik*	Textielsuper	M+ (250-500) / L (500-750)	++	+++	Relay	Boekhandel	S (50-100) / M (100-250)	+	++
Lazamani	Schoenen	-	++	+	Toychamp	Speelgoed	XL (750-1.500) XXL (1.500+)	+	++
Anna van Toor	Damesmode	M (100-250) / M+ (250-500)	+	+	A Fish Named Fred	Herenmode	-	+	++
Aspact	Mode	S (50-100) / M (100-250)	+		Square Eight	Vintage	M (100-250)	+	+
Dstrezzed	Herenmode	S (50-100) / M (100-250)	+	+++	Norah	Damesmode	M (100-250) / M+ (250-500)	+	++
Fabienne Chapot	Damesmode	S (50-100)	+	+++	Sneaker-hype	Schoenen	-	+	++
Guess	Mode	M (100-250) / M+ (250-500)	+	+	Ernsting's Family	Mode	-	+	++

Bron: Formulebank Stec Groep, 2024. *locatie elders in Nijmegen. **zat voorheen al in Nijmegen. Oriëntatie = de mate waarop formules georiënteerd zijn op binnensteden als Nijmegen. Groeier = de mate waarop formules in de afgelopen jaren vestigingen openen en/of de komende jaren van plan zijn vestigingen te openen.

Doelgerichte detailhandel: goede potentie voor city-concepten

De doelgerichte branche bestaat uit een diverse groep retailers zoals bruin & witgoed, doe-het-zelf, fietsen, plant & dier en een brede variëteit in woonwinkels. In de Nijmeegse binnenstad zijn ruim 80 winkels in dit segment actief. Het grootste deel van de doelgerichte detailhandel is buiten de binnenstad gevestigd, zoals op bedrijventerreinen en de woonboulevard. Met name vanwege grotere panden, betere bereikbaarheid en parkeren (handig bij ophalen van grotere producten) en lagere huurprijzen. Door dalende huurprijzen ontstaan er echter kansen voor city-concepten in binnensteden. Deze winkels richten zich sterk op presentatie, service en merkbeleving. Doordat deze winkels een steeds recreatiever karakter krijgen en gericht zijn op beleving, vormen zij een waardevolle aanvulling op het bestaande winkelaanbod. Ook in Nijmegen zien we deze potentie.

Het doelgerichte aanbod in Nijmegen blijft wat achter (mede doordat Mediamarkt buiten de binnenstad zit in winkelcentrum Dukenburg). Binnen deze detailhandelsbranche zien we in de huidige situatie enige groeipotentie. Richting 2035 neemt de theoretische marktruimte toe tot circa 1.300 m² wvo. Bovendien is er enorme krapte op de bedrijventerreinen. Hier is amper beschikbaar aanbod. Doelgerichte bedrijven die normaal georiënteerd zijn op een PDV-locatie en/of bedrijventerrein zoeken nu mogelijk naar een locatie in de binnenstad.

In deze de doelgerichte markt zijn beperkter formules actief. We zien daarom zeker ook kansen voor lokale ondernemers, mits gefaciliteerd kan worden in grotere panden (250-500 m² wvo). Wat betreft ontbrekende winkelketens is de lijst niet erg groot. Een aantal kansrijke ketens heeft al een locatie elders in Nijmegen of heeft eerder een vestiging gehad in de binnenstad (Prenatal, Used Products, Bang Olufsen). Wel zien we potentie voor een baby-woonwinkel, woonwarenhuis of feestartikelenzaak. Dit aanbod ontbreekt momenteel en is in overige binnensteden wel vertegenwoordigd.

Tabel 9: Kansen versterken doelgericht winkelaanbod

Type winkel	Aanwezig	Kansrijk	Voorbeelden in Benchmark
Woonwarenhuis	Nee	+++	Bolia (Breda, Haarlem), Loods 5 (Maastricht)
Feestartikelen	Nee	+++	Partyland* (Eindhoven), Confetti (Groningen), Yuanda (Enschede), Jan Monikkendam (Haarlem)
Elektro	Ja	++	Mediamarkt (Eindhoven, Enschede, Groningen en Tilburg), Expert (Eindhoven, Enschede, Groningen)
Babywoonwinkel	Nee	++	Prenatal (Eindhoven, Enschede, Haarlem, Leiden, Tilburg), Donsaapje (Breda), 9up 9down (Arnhem)

Bron: Stec Groep, 2024. Op basis van een benchmark. De weergegeven type winkels zijn ondergemiddeld vertegenwoordigd in de Nijmeegse binnenstad.

Tabel 10: Ontbrekende doelgerichte ketens

Naam	Branche	Metrage	Oriëntatie	Groeier	Naam	Branche	Metrage	Oriëntatie	Groeier
Prenatal**	Baby	M+ (250-500)	+++	+	Beter Bed Stadswinkel	Slapen	M (100-250)	+	++
Used Products*/**	Tweedehands	S (50-100) / M (100-250)	+++	+	Emma	Slapen	-	+	++
Bang & Olufsen*	Elektronica	S (50-100) / M (100-250)	+++	++	Goossens	Meubelen	XXL (1.500+)	+	++
Decorette	Woningtextiel	M (100-250) / M+ (250-500)	+	+++	Samsung Experience	Telecom	M (100-250)	+	+
Bolia	Woonwarenhuis	M (100-250) / M+ (250-500)	+	++	IKEA Stadswinkel	Meubelen	L (500-750)	-	+

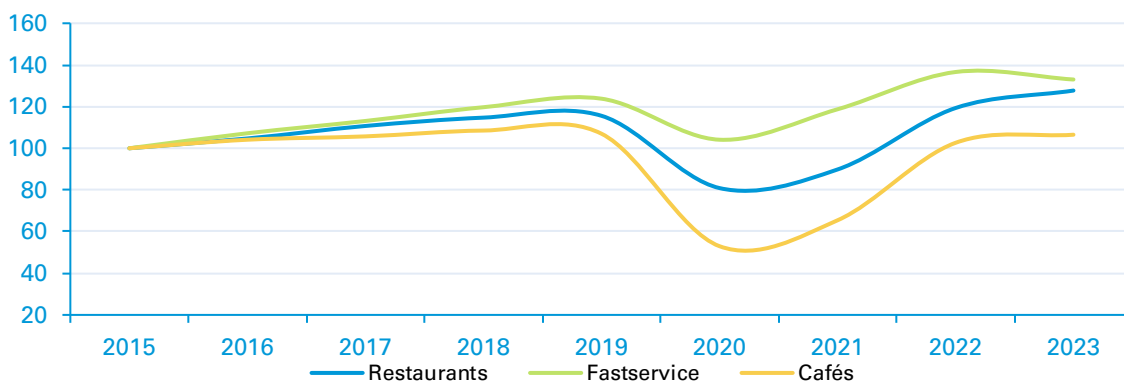
Bron: Formulebank Stec Groep, 2024. * locatie elders in Nijmegen.** zat voorheen al in Nijmegen. Oriëntatie = de mate waarop formules georiënteerd zijn op binnensteden als Nijmegen. Groeier = de mate waarop formules in de afgelopen jaren vestigingen openen en/of de komende jaren van plan zijn vestigingen te openen.

7.2 Horeca

7.2.1 Marktbeeld: horecasector in de lift, landelijke verkoopformules stijgen

De consument geniet steeds vaker buitenshuis van eten en drinken. Dit zien we terug in de horeca-verkopen: jaar-op-jaar nemen de verkopen toe, de coronapandemie uitgezonderd (zie figuur 16). De grootste groei zit in de fastservicesector, gevolgd door de restaurantsector. Cafés blijven achter. Er is een verschuiving merkbaar in de balans tussen werk en vrije tijd: mensen mogen meer en moeten minder. Dit geeft een positieve impuls aan de sector. Bovendien gaan jongere generaties vaker uit eten⁶. Ook werken mensen vaker parttime en hebben daardoor meer vrijetijdsbesteding en dus horecabezoek. Daarnaast zijn consumenten steeds meer gericht op gemak: bezorgen/afhalen, coffee to go en versbereiding van eten nemen toe.

Figuur 20: Ontwikkeling verkoopvolumes horeca naar sector

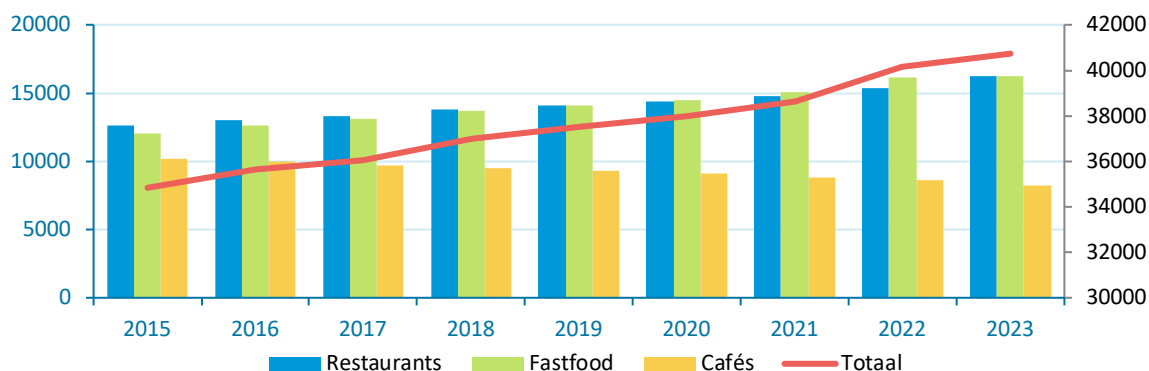


Bron: CBS, 2023. Bewerking: Stec Groep, 2024.

Horeca in beweging: sterke groei fastfoodsector, cafés zoeken naar vernieuwing

De verkoopcijfers weerspiegelen de dynamiek van het aanbod in de horecabranche (figuur 17). Ook hier is sprake van groei. Met name in de branches fastfood en restaurants zien we een aanzienlijke stijging in het aantal verkooppunten. Het aantal cafés neemt daarentegen af, mede als gevolg van festivalisering en veranderende consumentenvoorkeuren. Het traditionele café sluit of maakt een doorstart als nieuw concept. In Nijmegen en andere vergelijkbare binnensteden zien we dezelfde ontwikkeling plaatsvinden. Het aantal cafés en discotheken nam in deze groep de afgelopen 10 jaar met circa 17% af, terwijl het aantal restaurants met 15% steeg. Ook hier vond de grootste groei plaats in de fastfoodsector. In deze sector zien we dat ketens als New York Pizza en McDonald's domineren. Dit komt vooral door de schaal- en inkoopvoordelen.

Figuur 21: Aantal horecazaken naar sector in Nederland



Bron: CBS, 2023. Bewerking: Stec Groep, 2024. (totaal aan horecazaken rechteras, aantallen per sector linker as)

⁶ Jongere generaties kennen een ander bestedingspatroon in de horeca. Millennials (1981-2000) gaan drie keer vaker uit eten dan babyboomers (voor 1960) doen (bron FSIN, 2021).

Ook horecasector kent uitdagingen: personeelstekort, coronaschulden en prijsstijgingen

Ondanks stijgingen van de verkoopvolumes en het aantal horecazaken kampt de sector met enkele uitdagingen. De prijzen van ingrediënten en producten in de horeca stijgen, wat de winstmarges onder druk zet. Dit terwijl niet alles volledig doorberekend kan worden in de prijs voor de klant. Ook hebben veel horecazaken te maken met hoge personeelskosten en schaarste aan werknemers. Dit terwijl de huurkosten voor commerciële ruimtes hoog blijven. Een andere belangrijke factor die bijdraagt aan de dreigende faillissementsgolf is terugbetaling van coronaschulden. Veel horecaondernemingen hebben tijdens de pandemie leningen afgesloten om het hoofd boven water te houden, en moeten deze schulden nu aflossen. Ondanks deze uitdagingen op korte termijn blijft de structurele ontwikkeling van de horecamarkt positief.

Trendanalyse in de context van Nijmegen

In onderstaande tabel werken we een aantal trends en ontwikkelingen uit die van invloed zijn op het functioneren van en de opgaven voor horeca in Nijmegen.

Trend	Wat betekent deze trend?	Wat betekent dit voor Nijmegen?
Van nacht- naar borrelcultuur 	We zien een verschuiving van nachtcultuur naar een (meer ontspannen) borrelcultuur. Tot diep in de nacht feesten in een (afgelegen) discotheek doen we minder. Tussen 2015 en 2023 nam het aantal discotheken met ruim 60% af (Locatus). Oorzaken hiervan zijn onder andere de pandemie en het verhogen van de alcoholleeftijd. Bovendien zoeken mensen naar een andere beleving. Festivals zijn razend populair de afgelopen jaren. In de zomer kun je ieder weekend kiezen uit meerdere festivals.	De verschuiving van nacht- naar borrelcultuur verandert de sociale dynamiek in de stad. Restaurants, cafés en bistro's profiteren van de toename van borrelactiviteiten. Traditionele discotheken passen hun business model aan om populair te blijven. Vermindering van nachtleven leidt mogelijk ook tot verandering in veiligheids- en openbare orde situatie in de stad. Ook kan de verschuiving (positieve) impact hebben op het imago van de stad.
Het terras als uithangbord en smaakmaker 	Het terras is uitgegroeid tot een belangrijke hotspot die een impuls geeft aan binnensteden. De recente pandemie heeft de belangstelling van terrassen verder aangewakkerd. Het terras is meer dan alleen een aanvulling op horecazaken: het is een levendige ontmoetingsplaats waar mensen samenkomen en genieten. Het terras fungeert als smaakmaker en horecaondernemers investeren dan ook steeds meer in goed ontworpen, comfortabele (en verwarmde) terrassen.	In Nijmegen is er veel ruimte voor terrassen in de openbare ruimte. Ook de populariteit van zonlocaties stijgt en wordt nu vaker optimaal benut. Tegelijkertijd betekent dit meer overlast in de omgeving en verkleuring van winkelstraten. Het is zoeken naar een goede balans tussen rust en reuring. Ook is het zaak 'verrommeling' van het straatbeeld te voorkomen. De gemeente zorgt er met Terrassennota Nijmegen (2022) voor dat de terrassituatie in goede banen wordt geleid.
Het belang van belevingswaarde 	De consument zoekt beleving en reuring. Ze verlangen naar een levendige ervaring wanneer ze uit eten gaan of een café bezoeken. Het gaat om het creëren van een memorabele beleving. Een avondje uit. Een unieke ambiance met creatieve inrichting draagt hier aan bij. Horecazaken spelen hier op in. Denk aan rooftopbars met een prachtig uitzicht, foodhallen met diverse eettentjes en smaakvolle gerechten. Ook sfeervolle locaties (aan het water, in een historisch gebouw, aan een plein) doen het goed.	Het is primair aan horecaondernemers om concepten met grote belevingswaarde te introduceren. De gemeente speelt een rol in het creëren van een gezellige ambiance (openbare ruimte, groen, water), zeker in de buurt van de terrassen. Bovendien kan de gemeente meewerken aan het faciliteren (vergunningen) en herontwikkelen van unieke en onderscheidende locaties, zoals het recent is gebeurd bij Brouwerij Florijn (zie onderstaand kader).



Belevingswaarde in de praktijk: Brouwerij Florijn

Brouwerij Florijn is een unieke horecazaak en brouwerij gevestigd in een oud bankgebouw aan de Mariënborg. Het is een stijlvolle tent waar je naast biertjes drinken ook verschillende soorten streetfood kunt eten. De brouwerij bevindt zich onder de grond; vanuit de horecazaak neem je een kijkje naar het bierbrouwproces. Naast eten en drinken biedt Florijn ook rondleidingen en proeverijen aan. Dit is een concept dat goed inspeelt op het belang van belevingswaarde in de horecamarkt.

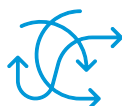
Opkomst gemak- en bezorgconcepten



Consumenten kiezen steeds vaker voor snelle, gemakkelijke maaltijdopties; zoals kant-en-klare maaltijden, bezorg- en afhaaldiensten en selfserviceconcepten. Deze gemakconcepten sluiten aan bij het drukke leven van de consument. Er is behoefte aan gemak en comfort. Er zijn steeds meer horeca-bezorgdiensten; de mensen thuis hebben toegang tot veel culinaire opties. Daarnaast wordt de sector 'luxer'. Dit speelt in op de veranderende voorkeuren van de consument. Nog steeds snel en betaalbaar, maar dan wel gezond en kwalitatief hoogwaardig.

De fastservicesector steeg de laatste jaren het hardst binnen de horeca. Ook in de binnenstad van Nijmegen: van 37 zaken in 2014, naar 60 zaken in 2024 (Locatus). Houd rekening met een blijvende toename van gemakconcepten en bezorgdiensten. Deze diensten hebben bepaalde behoeften (goed georganiseerde infrastructuur, voldoende parkeerplaatsen) en zorgen mogelijk voor effecten (toename verkeer en geluid). Ruimtelijke situering (aan de rand van een centrum, uitvalswegen) is belangrijk, mede om de winkelbeleving in de binnenstad niet te schaden.

Blurring van horeca en andere functies (zoals retail & leisure)



Traditionele grenzen tussen restaurants, cafés en lunchrooms vervagen. Horecagelegenheden passen zich aan en richten zich soms op verschillende doelgroepen gedurende de dag. Ook de grenzen tussen verschillende sectoren vervagen. Steeds vaker is horeca een nevenactiviteit naast bijvoorbeeld detailhandel, cultuur of leisure. Meer en meer zien we dat verschillende concepten uit uiteenlopende sectoren worden samengebracht op één locatie.

Horecazaken zijn vaker langer over de dag open en hebben daarbij ook behoefte aan een terras. Het 'blurren' van verschillende sectoren en concepten brengt uitdagingen met zich mee op het gebied van regelgeving (bijvoorbeeld alcoholwetgeving). Om hybride bedrijfsmodellen mogelijk te maken dienen de huidige regels goed tegen het licht gehouden te worden. Daarnaast is een gelijk speelveld tussen bedrijven met horeca als hoofdactiviteit of als ondergeschikte activiteit een aandachtspunt.

Vers, verantwoord en gezond



Voeding draait steeds meer om: vers, verantwoord en gezond. Mensen zijn bewuster dan ooit bezig met het belang van goede voeding en gezondheid. Dit heeft geleid tot een groeiend aanbod van gezonde opties op menu's. We zien een opkomst van salade- en juicebars. Daarnaast speelt duurzaamheid een grotere rol. Dit omvat het o.a. het gebruik van herbruikbare verpakkingsmaterialen en lokale en seizoensgebonden (vegan) producten, maar ook het verminderen van voedselverspilling.

Deze trend weerspiegelt de veranderende behoeften en voorkeuren van de consument. Het horeca-aanbod in Nijmegen zal hier verder op inspelen. Ook stimulering is mogelijk. Koppel lokale producenten aan horecaondernemers en bevorder onderlinge samenwerking. Hiermee kan het lokale voedselnetwerk gestimuleerd worden, het horeca-aanbod relevanter worden voor de consument en bijdragen aan de gezondheid/ duurzaamheidsdoelstellingen van Nijmegen.

Meer aandacht voor gezonde leefomgeving

Uit steeds meer onderzoeken blijkt dat het zichtbaar aanbieden van ongezond voedsel leidt tot meer consumptie van ongezond voedsel. Tegelijkertijd krijgt een (preventieve)

Bepaalde type functies komen op in binnensteden, zoals fastfood, snacks, tabak (als gevolg van uitsluiten in supermarkten). Het aantal verkooppunten met ongezonde voeding



gezonde leefstijl een steeds prominentere rol in ziektebestrijding, zowel fysiek als mentaal. Binnensteden hebben als consumptielocatie een belangrijke functie in het aanbieden van (on)gezonde producten.

stijgt. Dit heeft impact op de keuzes die bezoekers en inwoners maken. Nadere branchering en planologische borging hiervan is nodig, mits de gemeente hier vanuit beleidsambities op wil sturen.

Beleidsregels horeca in de binnenstad

Horeca speelt een belangrijke rol in de levendige en bruisende Nijmeegse binnenstad. Bezoekers maken veelvuldig gebruik van het uitgebreide aanbod aan horeca en terrassen. Ook het uitgaansleven is zeer populair in Nijmegen. Toekomstbestendigheid van de horecasector is zeer belangrijk. Daarom zijn er een aantal beleidsregels voor horeca:

We houden vast aan de huidige horeca-accentgebieden: in de binnenstad zijn de meeste horecazaken met een drankvergunning geconcentreerd in de horeca-accentgebieden. Dit zijn Molenstraat, Koningsplein, Kelfkensbos/Hertogstraat, Waalkade, Plein 1944 en Grote Markt. De horeca-accentgebieden verschillen in doelgroep en functie. De ruimtelijke clustering heeft veel voordelen. De overlast is geconcentreerd. Nieuwe restaurants en cafés zijn alleen toegestaan in de horeca-accentgebieden.

De beleidslijn lichte horeca blijft gehandhaafd: bij lichte horeca gaat het om een broodjeszaak, lunchroom, croissanterie, ijssalon, koffiebar, tearoom. In 2013 is de beleidslijn lichte horeca vastgesteld, waardoor nieuwvestiging van dergelijke zaken aan de randen van het kernwinkelgebied mogelijk werd. De afgelopen periode zijn er een tiental lichte concepten in de binnenstad bijgekomen, bijvoorbeeld De Lobby en Bairro alto. Bij deze concepten mag geen alcohol worden geschonken.

Nieuwe horeca mogelijk maken in de Burchtstraat: bij de nieuwe inrichting van de Burchtstraat wordt een groene corridor aangelegd, waarbij de mogelijkheid ontstaat om hier terrassen te realiseren. Een terrasvergunning is gekoppeld aan een horecazaak. Om deze ontwikkeling mogelijk te maken passen we de beleidsregels voor nieuwvestiging van restaurants en cafés aan. We maken het mogelijk dat in de Burchtstraat vestiging van een maximaal aantal nieuwe cafés en restaurants mogelijk wordt. Bijvoorbeeld maximaal 3 units.

Daarnaast blijven de volgende beleidsregels voor de binnenstad gelden:

- Nieuwe horeca toestaan op **unieke locaties:** Nijmegen kent in het stadscentrum panden en/of locaties die door unieke kwaliteiten uitermate geschikt zijn voor horeca. Het kan gaan om panden buiten de horeca-accentgebieden, zoals de Marienburgkapel. Op deze unieke locaties staan we nieuwe horeca toe.
- **Ondersteunende horeca:** in gebouwen die gebruikt mogen worden voor cultuur en ontspanning, detailhandel, dienstverlening, kantoren, maatschappelijke voorzieningen, recreatie en/of sport is ondersteunende horeca onder de voorwaarden toegestaan:
 - Voor detailhandel en dienstverlening geldt dat max 25% van het oppervlak en max 50 m² mag worden ingezet voor ondersteunende horeca. Daarbij mag de binnentuin worden betrokken. Een terras in de openbare ruimte is niet toegestaan.
 - Voor musea, wijkcentra, bibliotheek etc geldt dat max 10% van het oppervlak mag worden ingezet voor ondersteunende horeca. Een terras is toegestaan.
- **Daghoreca in de Van Broeckhuijsenstraat en Van Welderenstraat:** om tegemoet te komen aan de behoeften van kantoren op de singels om in de directe omgeving terecht te kunnen voor een lunch is in 2008 een beleidslijn vastgesteld om daghoreca in de Van Broeckhuijsenstraat en Van Welderenstraat mogelijk te maken. Het gaat hier om het toestaan van daghoreca (cat. 1a lichte horeca) tot maximaal 20% van een bouwblok. Bij daghoreca is het schenken van alcohol toegestaan.
- **Uitbreiding** van bestaande horeca is in het gehele stadscentrum toegestaan.
- De recent vastgestelde **Terrassennota Nijmegen 2022** met daarin de beleidsregels voor het exploiteren van een terras blijft gelden.



Horecasector in vijf branches

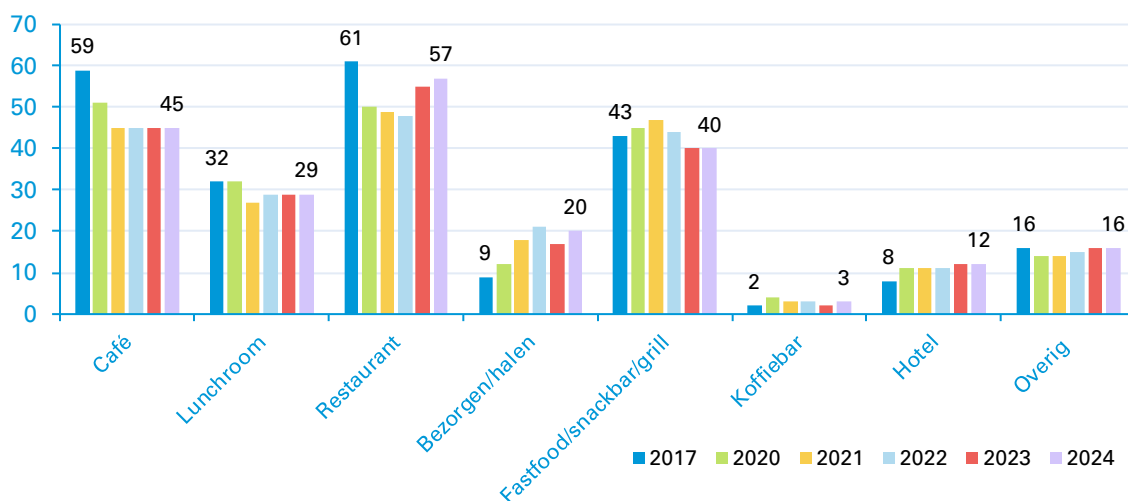
De horecasector is onder te verdelen in vijf verschillende branches:

1. Dranken (Café, discotheek)
2. Eten (Restaurant, lunchroom, pannenkoeken)
3. Fastservice (bezorgen/halen, fastfood, grillroom/shoarma)
4. Koffie & desserts (koffietent, ijssalon, crêpes/wafels/donuts)
5. Hotels⁷ (hotel, hotel-restaurant)

Verschuivingen in het horeca-aanbod Nijmeegse binnenstad

Er is in totaal 29.000 vierkante meter wvo aan horeca aanwezig in de binnenstad van Nijmegen. Dit is verdeeld over 280 horecazaken. In de loop der jaren heeft het horeca-aanbod in de binnenstad een impuls gekregen. Er kwamen een aantal toonaangevende restaurants bij. Binnen de verschillende horecasectoren zien we verschuivingen. Zo groeide de afgelopen vijf jaar het aantal restaurants, bezorgen/halen, koffiebarretjes en hotels. Het aantal cafés en fastfood/snackbar/grillzaken nam juist af. Richting de toekomst neemt de behoefte aan horeca toe als gevolg van inwonersgroei en toenemende bestedingen in eten en drinken buiten de deur. Bovendien liggen er voor horeca kansen in het duurzaam versterken van het toerisme in de binnenstad. De toerismesector is groeiende, zowel binnenlands als buitenlandstoerisme.

Figuur 22: Ontwikkeling oppervlak horeca binnenstad Nijmegen in m² wvo



Bron: Locatus, 2023; Bewerking Stec Groep, 2024.

7.2.2 Kwantitatieve behoefte horeca

Opvallend in Nijmegen is dat circa 50% van de horeca buiten de binnenstad aanwezig is. Denk bijvoorbeeld aan horeca in de wijken zoals Nijmegen-Oost. Desondanks is de binnenstad met afstand de belangrijkste horecalocatie. In totaal werd er in 2022 ruim € 153 miljoen omgezet in drank- en eetgelegenheden in de Nijmeegse binnenstad⁸. Er zijn geen specifieke koopstroomgegevens voor horeca beschikbaar. We maken daarom een inschatting van de verdeling van herkomst. In tabel 11 zijn de omzetgegevens weergegeven.

⁷ De analyse naar hotels is op hoofdlijnen. Voor een volwaardiger beeld is nader onderzoek nodig naar segmentaties, bezettingsgraden, toerismeprognoses en locaties.

⁸ De meest recent beschikbare cijfers zijn van 2022 (bron: Retailinsiders).

- **Bestedingen inwoners gemeente Nijmegen.** Door de nabijheid van horecavestigingen verwachten we dat het grootste deel van de horecabestedingen van inwoners uit Nijmegen zelf afkomstig is. Daarbij geldt dat de frequentie en daarmee totale bestedingen aanzienlijk hoger zijn dan bezoekers van elders. We gaan indicatief uit van in totaal 45% van de bestedingen in de Nijmeegse binnenstad.
- **Bestedingen dagbezoekers regio en Nederland.** Het aantal dagbezoekers zit weer flink in de lift na een forse dip in de coronapandemie. Uit lunchen en dineren is de meest ondernomen activiteit bij een bezoek aan een stad, namelijk in 55% van de gevallen (bron: NBTC, 2023). Bezoekers uit de regio en overig Nederland vormen kortom een substantieel onderdeel van de omzet van horecaondernemers in de binnenstad. We rekenen met een aandeel van 27,5%.
- **Bestedingen vanuit verblijfstoerisme (binnenlands en buitenlands).** Bestedingen vanuit verblijfstoerisme maken doorgaans een beperkt aandeel uit in de totale horecabestedingen, met uitzondering van een aantal sterk toeristische steden zoals Amsterdam, Haarlem, Den Haag, Gouda, Utrecht. Daarbij speelt in het bijzonder mee dat de cruisetoeristen, een toeristische doelgroep voor Nijmegen, doorgaans op de boot zelf eten. Uit het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland blijkt dat de horecabestedingen vanuit verblijfstoerisme voor de hele gemeente op €12 miljoen ligt. Het grootste deel hiervan landt naar verwachting in de binnenstad, we gaan indicatief uit van €11 miljoen. Het aandeel in de totaalbestedingen komt daarmee uit op 7,5%.

Tabel 11: Omzet horeca binnenstad Nijmegen in 2023

Herkomst	Bestedingen
Inwoners gemeente Nijmegen	€ 99.320.000
Dagbezoekers regio, Nederland en buitenland	€ 42.480.000
Verblijfstoeristen	€ 11.000.000
Totale omzet horeca	€ 152.800.000

Bron: CBS, 2024; Retailinsiders, 2024; Bewerking Stec Groep, 2024.

Horecazaken in Nijmegen functioneren economisch relatief goed

De gemiddelde omzet per horecavestiging in Nijmegen ligt op € 549.640 (zie tabel 10). Dit is circa 12% hoger dan de benchmark-binnensteden⁹. Horecazaken functioneren gemiddeld genomen dus relatief goed. Dit hoeft echter niet voor individuele zaken te gelden; zo kan sprake zijn van een verouderd concept of onrendabele bedrijfsexploitatie. Bovendien kampen diverse bedrijven op kortere termijn met oplopende kosten en terugbetaling van (overheids)schulden. Gemiddeld genomen is de vetreksituatie in Nijmegen echter gunstiger dan in vergelijkbare binnensteden.

Tabel 12: Functioneren horeca binnenstad Nijmegen

	2024	2035 – scenario: op huidige voet door	2035 - scenario: versterking (dag)toerisme
Inwoners	188.590	194.560	194.560
Bestedingen (€)	€ 1.207	€ 1.207	€ 1.207
Fysieke bestedingen (€)	€ 227.628.130	€ 234.833.900	€ 95.859.900
Koopkrachtbinding (%)	44%	44%	44%
Gebonden omzet (€)	€ 99.359.700	€ 102.505.000	€ 102.505.000

⁹ Arnhem, Breda, Enschede, Groningen, Leiden en Maastricht.

Toevloeiing (binnenlands)	27,5%	Gelijk aan 2024	28% tot 28,5%
Toevloeiing (buitenlands)	7,5%	Gelijk aan 2024	8% tot 8,5%
Totale omzet (€)	€ 152.861.000	€156.006.400	€ 161.435.200
Gemiddelde omzet per vestiging benchmark (€)	€ 491.900	-	-
Gemiddelde omzet per vestiging binnenstad Nijmegen (€)	€ 549.600	-	-
Verschil in economisch functioneren	+12%	-	-
Uitbreidingspotentie	-	+ 6 vestigingen	+ 15 tot 20 vestigingen

Bron: FSIN, 2023; Bewerking Stec Groep, 2024. We rekenen met kengetallen uit 2022 vanwege beschikbare data.

Richting 2035 marktpotentie voor extra horeca, vooral bij versterking van (dag)toerisme

Als gevolg van inwonersgroei verwachten we dat er behoefte ontstaat aan extra horeca in de Nijmeegse binnenstad. Het gaat in totaal om zes extra vestigingen, omgerekend 600 tot 700 m² wvo. Dit gaat uit van een beleidsneutraal scenario waarbij de huidige bezoekersaantallen gelijk blijven en er geen inspanningen worden gepleegd om extra bezoekers van elders aan te trekken. We hebben tevens een scenario doorgerekend waarbij het aantal (dag)toeristische bezoekers toeneemt. Dit past in de verwachte sterke ontwikkeling van het toerisme in Nederland en het toenemende aantal binnenlandse citytrips en dagbezoeken. In dit scenario gaan we uit van een toename van binnenlands toerisme van 5% en buitenlands toerisme van 20% (excl. cruisetoeisten). Er ontstaat in dit scenario een behoefte aan 15 tot 20 extra horecavestigingen. Het gaat hierbij om zo'n 1.700 tot 2.200 vierkante meter wvo.

Horeca is een vernieuwingsmarkt en sterk concept-gedreven

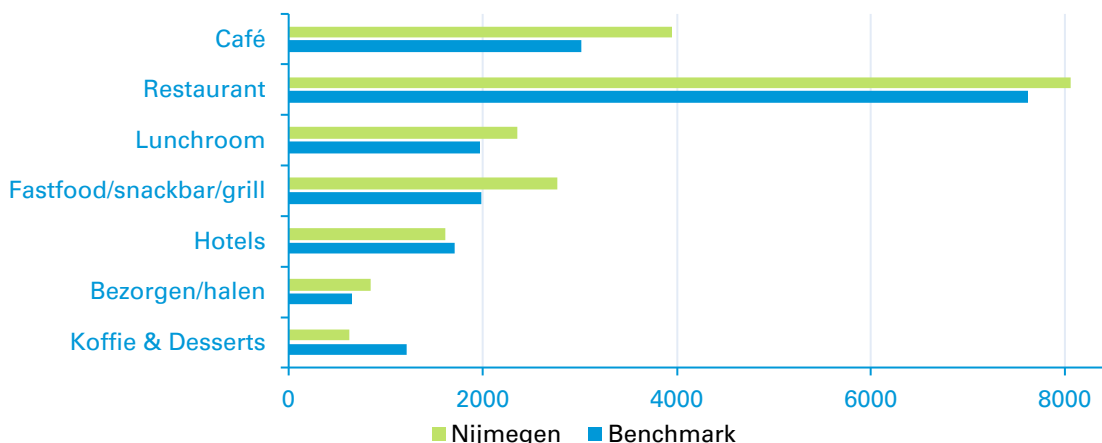
De ontwikkelingsmogelijkheden voor nieuwe horeca zijn in de praktijk sterk gerelateerd aan vernieuwingen in de markt. Die vinden in deze sector in rap tempo plaats. Er gaan markt-creërende effecten vanuit, als een ondernemer weet in te spelen op veranderende behoeften of ontbrekende segmenten. Dat geldt voor nieuwe, maar ook voor bestaande ondernemers die hun concept, inrichting of terras (regelmatig) vernieuwen. Voor een kwalitatief onderscheidend concept is in de basis altijd behoefte. Bij clustering van horeca ontstaat kritische massa en weten de ondernemers elkaar te versterken, met voorbeelden als een horecaplein of een horecastraat.

7.2.3 Kwalitatieve behoefte

Horeca goed vertegenwoordigd in binnenstad, kansen voor koffie & desserts en hotels

We vergelijken het horeca-aanbod in de Nijmeegse binnenstad in kwalitatieve zin met benchmark-binnensteden (zie figuur 19). Hierin valt op dat horeca bovengemiddeld vertegenwoordigd is in de Nijmeegse binnenstad. Er is een ruim aanbod aan cafés, restaurants, lunchrooms, fastfood/ snackbar/grill en bezorgen/halen. Het horecasegment koffie & desserts is wat ondervertegenwoordigd. Zo zijn relatief weinig koffiebarretjes. Hierbij moeten we vermelden dat tegenwoordig bijna iedere lunchroom ook kwalitatief goede koffie serveert. Tot slot blijft de categorie hotels iets achter ten opzichte van vergelijkbare binnensteden.

Figuur 23: Benchmark horeca binnenstad Nijmegen



Bron: Locatus, 2023. Bewerking Stec Groep, 2024.

Er is altijd dynamiek in de horecamarkt

De horecasector is al goed vertegenwoordigd in de Nijmeegse binnenstad. Het aanbod is divers en de consument heeft keuze uit veel verschillende, kwalitatief hoogwaardige concepten. Toch is er altijd dynamiek in de horecamarkt. Er komen voortdurend nieuwe concepten op om vervolgens weer te verdwijnen. Bovendien is de horecasector groeiende. Jongere doelgroepen geven meer uit en ook de groeiende groep vitale ouderen geeft meer uit in de horeca. Ook de inwonersgroei van Nijmegen maakt dat er meer potentie ontstaat voor horeca. We voeren een ketenanalyse uit om te kijken wat er ontbreekt in Nijmegen. Nieuwvestiging van horecazaken dient altijd in overeenkomst te zijn met de bestaande beleidsregels (zie kader pagina 31).

Ketenanalyse horeca: kansen voor koffietentjes, potentie keten-restaurants beperkt

In onderstaande tabel staan horecaketens die momenteel ontbreken in de Nijmeegse binnenstad, maar wel georiënteerd zijn op vergelijkbare binnensteden. Ontbrekende keten-restaurants richten zich met name op prijsvoering- en grootschaligheid, zoals Happy Italy en 't Zusje (ook al elders gevestigd in Nijmegen). Grootschalige panden zijn hiervoor nauwelijks aanwezig. Bovendien moet het qua uitstraling, profiel en omvang passend zijn in een van de bestaande horeca-accentsgebieden.

Uit bovenstaande benchmark blijkt dat de categorie koffie & desserts ondervertegenwoordigd is in Nijmegen. Een aantal ketens binnen deze categorie met potentie voor Nijmegen zijn Starbucks en het Douwe Egberts Café (en in mindere maten Coffeecompany). In bijna alle vergelijkbare binnensteden zit in ieder geval één vestiging van deze ketens. Ook zijn er twee hotelketens die in veel vergelijkbare binnensteden te vinden zijn: The Social Hub en Eden Hotels. Zij zoeken doorgaans naar panden van 250-750 m² wvo, een segment dat slechts beperkt beschikbaar is in de binnenstad.

Tabel 13: Ontbrekende horecaketens Nijmegen

Naam	Branche	Metrage	Kansrijk
Starbucks*	Koffie	S (50-100) / M (100-250)	+++
Brownies & Downies**	Lunchroom	S (50-100) / M (100-250)	+++
Douwe Egberts Café	Koffie	M (100-250) / M+ (250-500)	+++
Dadawan	Restaurant	M+ (250-500)	+++
The Social Hub	Hotel-restaurant	M+ (250-500) / L (500-750)	++

Coffeecompany	Koffie	S (50-100) / M (100-250)	++
Happy Italy	Restaurant	M+ (250-500) / L (500-750)	+

Bron: Formulebank Stec Groep, 2024. * locatie elders in Nijmegen.** zat voorheen al in Nijmegen.

Horeca benutten als kans voor kwalitatieve impuls binnenstad

Om het dagrecreatieve karakter van de binnenstad en de winkelbeleving te versterken is het toevoegen van (dag)horeca op sommige locaties kwalitatief sterk van meerwaarde (zoals bij herontwikkeling van de Burchtstraat). We zien vooral ontwikkelingskansen voor horeca waarbij sprake is van een structuurversterking voor de binnenstad, de functiemix van een straat wordt verbreed en/of er sprake is van een onderscheidend concept. Nieuwe restaurants en cafés zijn alleen toegestaan in de horeca-accentgebieden. Een eventuele uitzondering kan gemaakt worden voor zeer unieke, onderscheidende locaties. Daarbij kunnen een aantal overwegingen leidend zijn:

- Op een onderscheidende locatie, zoals aan het water, in een historisch gebouw of hofje.
- In combinatie met andere functies (zoals een bibliotheek, museum, vernieuwend winkelconcept).
- Het activeren van een route waarbij de horeca kan fungeren als een 'stepping stone'.

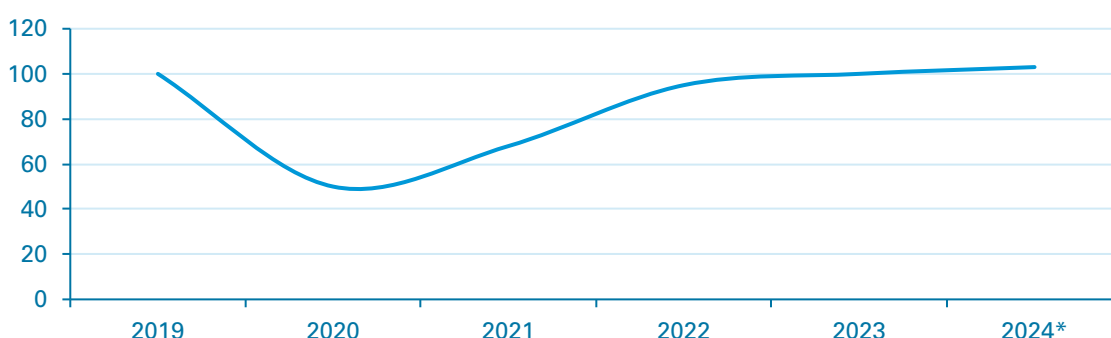
De geplande herziening van het horecabeleid biedt een kans nader te definiëren welke typen horeca waar in de binnenstad gewenst zijn, uitgaande van de bestaande horecaconcentratiegebieden. Een aandachtspunt daarbij is regulering van fastfood-horeca en bezorghoreca, zowel vanuit de optiek van gezonde leefomgeving als negatieve omgevingseffecten (zoals hinder, scooters, uitstraling). Binnen de horeca-categorieën kan verkend worden om dit nader aan te scherpen.

7.3 Leisure, ontspanning en cultuur

7.3.1 Marktbeeld: sector sterk onder druk tijdens corona, inmiddels weer op pre-coronaniveau

De leisure-markt is relatief hard getroffen door de coronapandemie. Veel activiteiten in deze sector zijn gebaseerd op sociaal contact. Tijdens de pandemie werden juist dit soort sociale bijeenkomsten vermeden waardoor veel bedrijven in de leisure-sector gedwongen werden hun activiteiten te stoppen. Het gevolg hiervan was een sterke daling van de volumecijfers. De pandemieproblemen- en uitdagingen lijken nu voorbij. Door steunmaatregelen van de overheid en uitstel van betalingen bij banken en de belastingdienst bleven veel bedrijven overeind. Vervolgens is direct na afloop van de pandemie het herstel ingezet. Zo is er na een flinke daling in weer sprake van een stijging in de omzetten¹⁰ en het aantal digitale transacties¹¹. De belangrijkste oorzaak van groei binnen de sector is de toename van consumptie en inkomende toerisme.

Figuur 24: Volumeontwikkeling leisure (index: 2019 = 100)

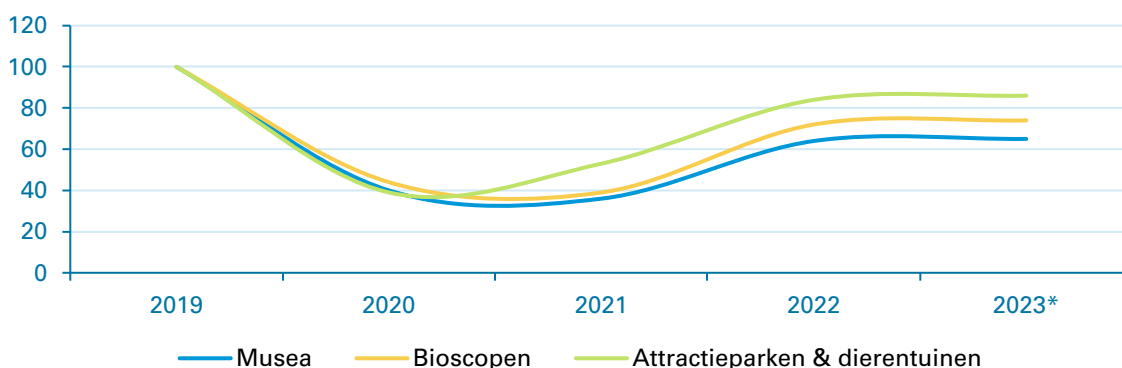


Bron: ABN Amro 'Sectorprognoses Leisure', 2023. Bewerking: Stec Groep, 2024. *2024 prognosecijfers

Bezoekersaantallen klimmen uit een dal, maar dalende koopkracht is een uitdaging

Het aantal bezoekers van vrijetijdsattracties is na een flinke dip weer aangetrokken. Toch zijn de aantallen nog niet op het niveau van voor de pandemie. Dit heeft vooral te maken met de lagere koopkracht. Vanwege de verminderde koopkracht kiezen consumenten ervoor om voornamelijk te besparen op vrijetijdsbestedingen. Dit zijn niet-essentiële, luxe goederen waarop het eerste wordt bespaard wanneer er financiële druk is. Zoals onderstaand figuur laat zien vakt de groei van het aantal bezoekers naar verwachting af. Voor bedrijven die nog niet volledig zijn hersteld van de pandemie is dit een uitdaging.

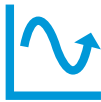
Figuur 25: (verwachte) ontwikkeling bezoekersaantal



Bron: ABN Amro 'Sectorprognoses Leisure', 2023. Bewerking: Stec Groep, 2024. *2023 cijfers nog niet volledig.

¹⁰ ABN AMRO Bank (2023). Stand van de Leisure.

¹¹ Rabobank (2022). Horeca- en recreatiesector zit tussen herstel en vrees.

Trend	Wat betekent deze trend?	Wat betekent dit voor Nijmegen?
Grote trendgevoeligheid 	De leisure markt is trendgevoelig. We zien een voortdurende opkomst van nieuwe concepten en de geleidelijke verdwijning van bestaande. De marktvraag verandert snel. De trendgevoeligheid heeft gevolgen voor ondernemers en consumenten. Ondernemers moeten voortdurend alert zijn op nieuwe trends en innovaties. Ook moeten ze bereid zijn hun aanbod aan te passen en te vernieuwen. De levenscyclus van concepten wordt steeds korter. De consument heeft de mogelijkheid steeds weer nieuwe activiteiten te ontdekken en hun vrije tijd dynamisch in te vullen. Deze trend is met name zichtbaar in de categorie attracties en entertainment.	De vele verschijningsvormen van leisure-concepten hebben een verschillende impact op de omgeving. Niet alle concepten passen in bestaande bestemmingsplannen. Specifieke concepten kennen vaak een inpassingsvraagstuk. Het monitoren van trends laat verschuivingen in de markt zien. De gemeente kan dan snel reageren en eventueel het beleid en de planning aanpassen. Daarnaast is flexibiliteit (in beleid) belangrijk. Denk aan bereidheid om nieuwe concepten toe te staan en ondernemerschap te stimuleren.
Individualisering van sport 	We zien de individualisering van de sport doorzetten. Sporters bepalen graag zelf het tijdstip waarop sporten het best uitkomt en zijn minder geneigd zich aan te sluiten bij traditionele sportverenigingen. De verschuiving wordt gedreven door de behoefte aan vrijheid en flexibiliteit. Deze trend betekent niet dat de behoefte aan sociale interactie verdwijnt. Sporters delen massaal hun activiteit op Strava en zoeken andere, meer gevarieerde aanbieders als fitnessstudio's en boksscholen.	In binnensteden is het sportaanbod doorgaans beperkt. Wel is een opkomst van fitnessaanbieders (basic fit, 24/7 sportaanbieders) zichtbaar. In de binnenstad van Nijmegen zitten momenteel tien fitnessaanbieders. Bovendien wordt er vaker buiten gesport in groepsvorm (zoals bootcamps). Dit speelt met name aan de randen van de binnenstad, zoals op de Waalkade (of op Veur Lent). Vanwege thuiswerken en toenemende interesse in wandelen wordt er ook vaker gewandeld in de binnenstad.
Maatschappelijk belang welzijn en gezondheid 	Mensen zijn steeds bewuster bezig met hun fysieke en mentale gesteldheid. Ze zijn dan ook bereid om hierin te investeren. Vrije tijd is steeds meer een levensbehoefte. Dit heeft onder andere geleid tot de opkomst wellness-concepten met een uitgebreid scala aan faciliteiten, waaronder een fitnessruimte en zwembad (zoals Harbor Gym & Val Gym en Wellness). Ook het aantal wellbeing-concepten neemt toe, denk aan mindfulness, yogastudio's en specifieke behandelingen/massages. Deze concepten laten mensen ontsnappen aan de dagelijkse routine en stress.	Recreatie kan een fundamentele bijdragen leveren aan maatschappelijke behoeften (zoals welzijn, sociale interactie en inclusiviteit). De beschikbare ruimte hiervoor is echter beperkt door onder andere behoefte aan woningbouw en bedrijvigheid. Leisure en recreatieve voorzieningen belanden daardoor vaak op een afgelegen plek zonder synergie en samenhang. Leisurevoorzieningen passen vanwege hun functie juist goed in binnensteden en creëren tevens combinatiebezoeken. Prioriteer ze daarom, waar mogelijk, in de binnenstad.
Festivalisering 	Er zijn steeds meer festivals. Of het nu gaat om muziek, kunst, eten, sport of technologie; steeds meer sectoren passen festivalachtige elementen toe om een breed publiek te trekken. In de zomer is er ieder weekend ruim keuze in festivals. Het doel is een unieke ervaring te bieden die mensen enthousiast maakt. Dit bevordert het gemeenschapsgevoel. Ook worden festivals steeds meer een soort kleine vakantie; bezoekers overnachten een paar dagen in een camper of tent en zijn er even helemaal tussenuit.	Ieder jaar vinden er in de binnenstad van Nijmegen meerdere festivals of evenementen plaats (Vierdaagsefeesten, Koningsdag, et cetera). Hier komen (honderd)duizenden bezoekers op af. De uitdaging ligt in het komen tot een jaarrond aantrekkelijke programmering. Verkeers- en crowdmanagement is van belang, mede gelet op bestaande ondernemingen. Daarnaast kan de gemeente organisatoren aanmoedigen om milieubewust en duurzaam te handelen.



Innovaties in de leisure-markt: EnjoyVR in Nijmegen

Nieuwe technieken en innovaties doen hun intrede in de leisure markt. Virtual Reality (VR) en Augmented Reality (AR) veranderen de manier waarop mensen entertainment ervaren. Een mooi voorbeeld is EnJoyVR in Nijmegen. Gebruikers worden ondergedompeld in een virtuele wereld en gaan op levensechte safari of bereiken de top van Mount Everest. En dat gewoon binnen, vanuit een comfortabele en veilige omgeving. Er ontstaat een nieuwe markt; technologieën worden vaker geïntegreerd in leisure concepten. De grenzen tussen 'live' en 'digitaal' vervagen steeds meer.

Leisure is een breed begrip met verschillende interpretaties

Het begrip Leisure is breed en kent verschillende interpretaties en definities. Het is een verzamelterm voor alle activiteiten die consumenten uitvoeren in hun vrije tijd. In dit rapport onderscheiden we drie verschillende categorieën (zie onderstaande tabel).

Tabel 14: Categorieën binnen leisure en bijbehorende voorzieningen/activiteiten

Categorie	Voorzieningen/activiteit
Attracties & Entertainment	Bioscoop, bibliotheek, escape room, casino/wedkantoor, entertainmentcentrum, gamehal, lasergamen, museum, galleries
Sport & Recreatie	Sportschool, zwembad, bowlen, pool/biljartcentra
Wellness	Sauna, zonnebank, beautycentrum

7.3.2 Kwantitatieve en kwalitatieve behoefte

Er zijn geen uniforme bestedings- of omzetkenngetallen voor de sector leisure en ontspanning. Het is daarom niet mogelijk om een adequate behoeftebepaling te maken op basis van vraag en aanbod. Bovendien speelt in de cultuursector subsidiëring een belangrijke rol, waardoor overheidsbeleid bepalend is voor (de potentie van) het aanbod. De vraag naar leisure en ontspanning en bijbehorende activiteiten wordt grotendeels bepaald door het specifieke concept zelf. Over het algemeen zijn voor sterke en unieke concepten veel marktkansen, met name omdat zij doorgaans een ruim verzorgingsbereik (regionaal en toeristisch) hebben. Voor leisure en ontspanning geldt dat er doorgaans goede combinaties mogelijk zijn met horecafaciliteiten.

Leisure-aanbod op niveau; enkele versterkingskansen

Om een beeld te geven van de versterkingskansen voeren een benchmark uit met vergelijkbare binnensteden¹². In zijn totaliteit ligt het aanbod leisure en ontspanning in de binnenstad van Nijmegen op het niveau van de benchmark. Nijmegen beschikt over meerdere theaters, bioscopen en musea. Het aanbod aan casino's is oververtegenwoordigd ten opzichte van de benchmark. Daarnaast zijn er zeker ook enkele versterkingskansen:

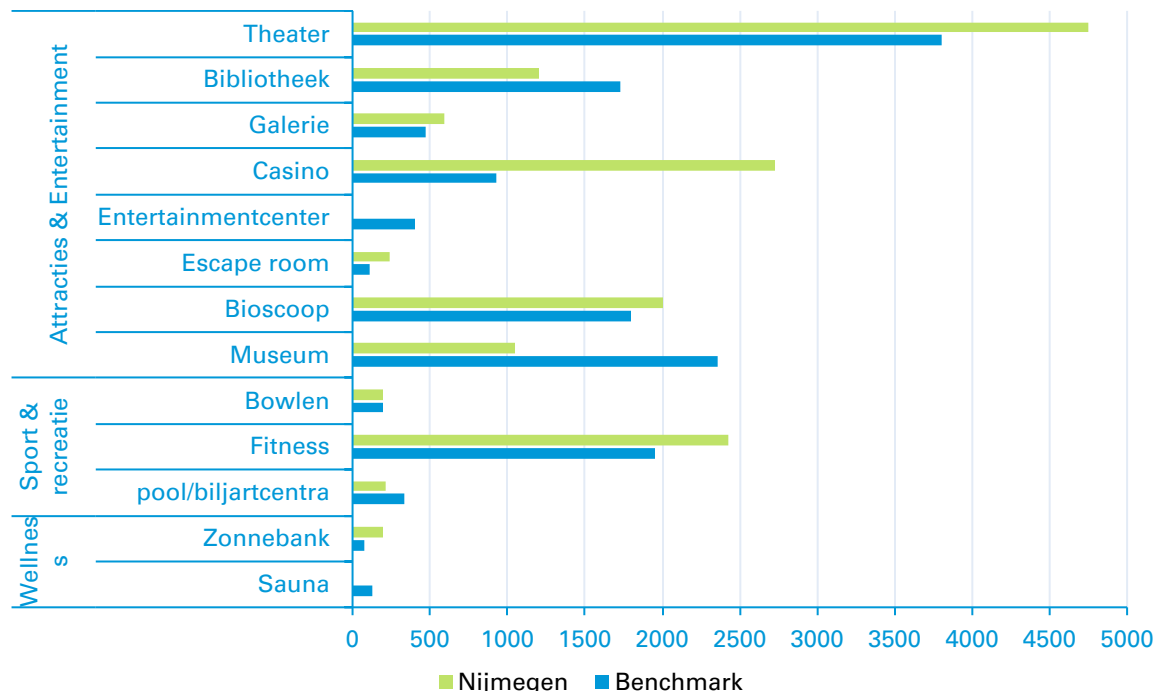
- **Entertainmentcenters:** deze leisure-concepten zijn sterk in opkomst in binnensteden en kennen diverse varianten. De eerste groep (arcadehal) is gericht op games en trekt doorgaans een jonger publiek (tieners en twintigers). Denk daarbij aan spelers als Gamebox en Gamestate (gevestigd in Arnhem, Eindhoven, Enschede, Groningen en Maastricht). Deze gamehallen zijn erg populair. Gemiddeld hebben ze een omvang van circa 500 m² wvo. De tweede groep is gericht op technologie en ervaring. Voorbeelden zijn VR-Rooms en experience centers. De doelgroep is breed, doorgaans vanaf 25 jaar en populair voor

¹² Arnhem, Breda, Eindhoven, Enschede, Groningen, Haarlem, Leiden, Maastricht, Tilburg.

groepsuitjes (vriendenuitje, collega's, familie). De laatste groep is gericht op vermaak voor kinderen. Denk aan Marvel Play en Glowgolf. Deze laatste groep is vooralsnog beperkt aanwezig in binnensteden maar wel in opkomst. In Nijmegen speelt beleidsmatig het vraagstuk in welke mate entertainmentcenters, in het bijzonder gericht op kansspelen, bijdragen aan gezondheid en welzijn. Het beleid voor het toestaan van dergelijke concepten is daarom terughoudend.

- **Wellbeing/wellness:** er is een groeiende vraag naar wellness-voorzieningen. Mensen zijn bewuster bezig met hun fysieke en mentale gesteldheid. Als reactie op een steeds drukker levensstijl zoeken mensen naar plekken om te ontsnappen aan de dagelijkse hectiek. In de omgeving van Nijmegen zijn verschillende complexen, zoals Thermen Berendonck. Naast grootschalige concepten zien we in binnensteden ook steeds vaker kleinschalige concepten. In de binnenstad is er momenteel geen wellness-faciliteit aanwezig. In een aantal overige binnensteden is dit wel het geval. Het kan ook een bredere voorziening zijn. Denk aan sauna in combinatie met massages/yoga/mindfulness en aanverwante activiteiten.
- **Bibliotheek/third place:** er is een grote bibliotheek centraal gelegen in de binnenstad. Deze voorziet in de behoefte van bezoekers en inwoners. Qua meters blijft het aanbod iets achter ten opzichte van de benchmark. Bovendien zien we dat de behoefte aan 'third places' groeit. Dit zijn plekken buiten thuis en op het werk om, waar mensen elkaar kunnen ontmoeten. Zoals in een bibliotheek, openbare ruimte, buurthuis of flexibele werkplek. Dit soort plekken fungeren als sociale hubs waar mensen samenkomen en ideeën uitwisselen. De toevoeging van een volwaardige extra bibliotheek is waarschijnlijk niet exploitabel en niet aan de orde. We zien in bredere zin potentie voor meer ruimtes voor third places in de binnenstad van Nijmegen.

Figuur 26: Benchmark aanbod leisure en ontspanning Nijmegen (in m² wvo)



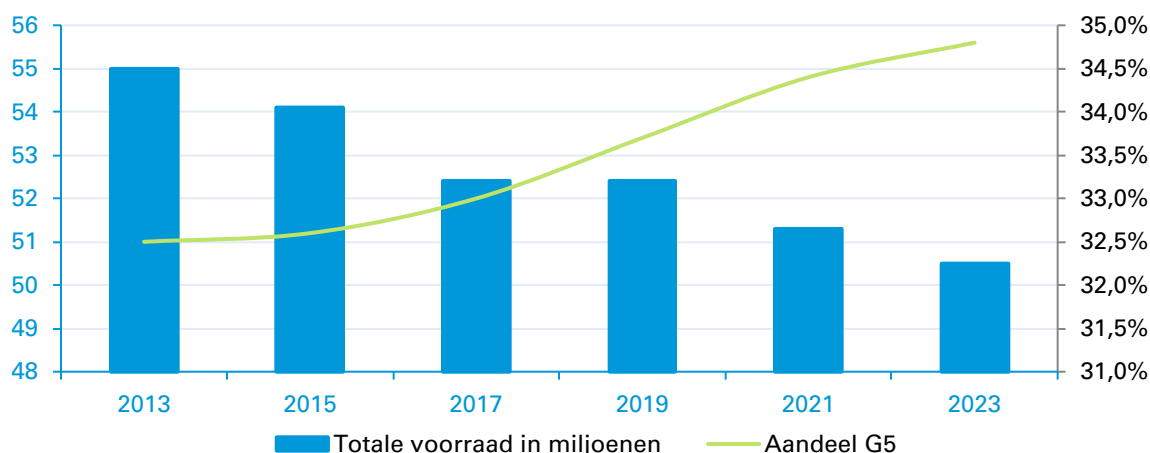
Bron: Locatus, 2023. Bewerking: Stec Groep, 2024. Benchmark: Arnhem, Breda, Eindhoven, Enschede, Groningen, Haarlem, Leiden, Maastricht, Tilburg.

7.4 Kantoren

7.4.1 Marktbeeld: behoefte aan kantoorruimte daalt, oriëntatie op G5 stijgt

De totale landelijke kantorenvoorraad is al sinds 2013 aan het slinken (zie onderstaand figuur). Tegelijkertijd nam het aandeel van kantoorruimte in de G5 steden (Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht en Eindhoven) juist aanzienlijk toe. Dit betekent dat de kantorenmarkt zich steeds meer richt op de G5. Verschillende ontwikkelingen (toename thuiswerken, digitalisering) leiden tot een afname in de behoefte aan kantoorruimte. Zo zorgde digitalisering al voor meer thuiswerken. Door de COVID-pandemie werd thuiswerken nog meer vanzelfsprekend. Ook de kwalitatieve vraag naar kantoorruimte verandert. We zien dat bedrijven vaker kiezen voor flexibele werkplekken en co-working spaces, in plaats van traditionele kantoorruimtes. Dit past binnen de brede trend van flexibel werken, waar werknemers niet langer gebonden zijn aan vaste werkplekken en werktijden. Tot slot wordt de ontmoetingsfunctie van kantoren belangrijker.

Figuur 27: Ontwikkeling landelijke kantorenvoorraad (linkeras) en aandeel G5



Bron: Locatus Kantoren Database, 2024. Bewerking: Stec Groep, 2024.

Tweekoppigheid op de kantorenmarkt: multimodale toplocaties vs. monofunctionele gebieden

Er is sprake van steeds meer tweekoppigheid op de kantorenmarkt: kantoorlocaties bewegen meer en meer naar twee uitersten op het spectrum.

Aan de ene kant zijn er de toplocaties: centraal gelegen, goed bereikbaar met het openbaar vervoer en met de juiste mix van kantoren, voorzieningen en wonen. Denk hierbij aan intercitylocaties. Deze locaties zullen in trek blijven, zeker in de grotere steden. Aan de andere kant van het spectrum zien we de minder toekomstbestendige kantoorlocaties. Kenmerkend aan deze secundaire kantoorlocaties is het monofunctionele karakter, de ligging aan de snelweg en veel leegstand in incurante panden die onttrokken moeten worden aan de voorraad.

Trends en ontwikkeling in het marktsegment

Het figuur hiernaast geeft een overzicht van trends in de kantorenmarkt. In onderstaande tabel lichten we een aantal relevante trends verder toe.



Trend	Wat betekent deze trend?
Van kwantiteit naar kwaliteit 	De belangrijkste uitdaging voor de kantorenmarkt is het verbeteren van de kwaliteit, zonder de kwantiteit te verhogen. Kantoorwerk wordt bovendien steeds meer ingevuld op locaties en in gebouwen buiten de traditionele kantorenvorraad, zonder langlopende huurcontracten. Zowel zzp'ers als bedrijven zoeken flexibele opties in zogenaamde serviced offices en in gebouwen die zijn ingericht op co-working. Daarnaast zijn voor kantoren bereikbaarheid, met name openbaar vervoer, en een mix aan voorzieningen belangrijke aspecten. De goed bereikbare binnenstad van Nijmegen is dan ook een interessante locatie voor kantoorfuncties.
Verplicht verduurzamen: achterblijven geen optie 	Sinds 1 januari 2023 moeten kantoorgebouwen van 100 vierkante meter of groter minimaal beschikken over energielabel C. Er zijn uitzonderingen (o.a. monumentale panden of sluiting op termijn), maar het gros van de kantoren moeten aan deze eis voldoen. Ondanks dat handhaving soms tekortschiet, blijft de noodzaak om te verduurzamen voor kantoren bestaan. Voor nieuwe ontwikkeling geldt dat duurzaamheid al vanaf het ontwerp geïntegreerd dient te worden. Daarnaast kunnen er duurzaamheidseisen worden vastgelegd in het omgevingsplan.
Werken in de binnenstad 	We kunnen overal werken en dus werken we waar we willen. De afgelopen jaren groeit het aantal informele flexwerk- en kantoorconcepten. Dit zijn regelmatig combinaties met koffiebars, lunchrooms of vormen van horeca met vergadermogelijkheden. Deze concepten kunnen locaties verlevendigen en zijn een aanvulling op de 'formele' kantoren. De groei van flexwerk- en kantoorconcepten in binnensteden weerspiegelt de evoluerende aard van werk en de behoefte aan meer diversiteit en keuzevrijheid in werkruimtes. Qua locatiekwaliteiten en trends is de binnenstad een geschikte locatie om kantorenvraag op te vangen.

7.4.2 Kwantitatieve behoefte: kantoorruimte gemeente Nijmegen tussen krimp en lichte groei

De krimpende kantorenmarkt is ook zichtbaar in Nijmegen. De kantorenvorraad ligt op een fors lager niveau dan tien jaar geleden en meerdere kantoorpanden zijn getransformeerd naar woningen. De afgelopen paar jaren is de kantorenvorraad echter gestabiliseerd. Voor de behoefte aan kantoorruimte baseren we ons op het Kantorenmarktonderzoek van Stec Groep (2023). Hieruit blijkt voor de periode 2022 t/m 2032 een resterende behoefte tussen circa -14.500 m² en circa 22.000 m² in gemeente Nijmegen. Voor de periode 2022-2042 geldt een bandbreedte van -19.200 tot 51.000 m² (zie tabel 15).

Tabel 15: Behoeftte kantoorruimte in m² gemeente Nijmegen

	EIB Hoog	Plusvariant
2022 tot 2032	- 14.500	+ 22.000
2022 tot 2042	- 19.000	+ 51.000

Bron: Stec Groep 'Kantorenmarktonderzoek gemeente Nijmegen, 2023.

Wel duidelijk behoefte aan kantoren in de binnenstad en in het stationsgebied

Er is in Nijmegen wel duidelijk behoefte aan kantoorruimte in de binnenstad en het stationsgebied. Behoeftte een moderne kantoorlocatie met een gevarieerde functiemix in een dynamische omgeving. Locatiekenmerken die passen de Nijmeegse binnenstad (inclusief het stationsgebied). Dit blijkt uit het Kantorenmarkt onderzoek van Stec Groep. Hierin is de vraag indicatief onderverdeeld naar locatietype (zie onderstaande tabel). In de binnenstad en in het stationsgebied is er aanvullende behoefte aan kantoorruimte. De behoefte aan kantoorruimte in de binnenstad Nijmegen bedraagt circa 3.000 tot 6.500 m² tot 2032. Voor het stationsgebied bedraagt de behoefte circa 6.500 tot 10.000 m². Deze twee deelgebied lopen organisch in elkaar over en zijn nauw met elkaar verbonden. Op de bedrijventerreinen is er juist een overaanbod aan kantoorruimte; hier is het zaak om de plancapaciteit van kantoren te verminderen.

Tabel 16: Uitbreidingsvraag per kantoomilieu tot 2032

	Aandeel in totale vraag	Programma in m ²
Stationsgebied	20 tot 30%	6.500 tot 10.000
Centrummilieu	10 tot 20%	3.000 tot 6.500
Totaal	30 tot 50%	9.500 tot 16.500

Bron: Stec Groep 'Kantorenmarktonderzoek gemeente Nijmegen, 2023.

7.4.3 Kwalitatieve behoefte

Aanbod kantoorruimte in de Nijmeegse binnenstad beperkt, behoefte aan nieuwe locaties

In totaal wordt er circa 8.300 m² kantoorruimte aangeboden in de binnenstad inclusief het stationsgebied (Fundainbusiness, peildatum september 2024). Dit is minder dan de vraag naar kantoorruimte. Bovendien is het aanbod van courante kantoorpanden in de Nijmeegse binnenstad beperkt. Zo voldoen niet alle kantoren aan de energielabel C plicht. Met name rond het station en in het centrum zijn relatief veel kantoren met lage energielabels (bron: vastgoeddata, peildatum oktober 2024). Daarnaast kenmerkt het aanbod in het stationsgebied en rondom het centrum zich vooral door relatief kleinschalige kantoren aan de Oranjesingel en de Sint Canisiussingel. In specifiek de binnenstad is amper aanbod te vinden. Het ontbreekt vooral aan kwalitatief aantrekkelijke mogelijkheden voor opschalende bedrijven (grootweg tussen 20 en 100 werknemers) om door te groeien. Hierdoor stopt de doorstroming onder kantoorgebruikers, want startende bedrijven en scale-ups kunnen hierdoor ook geen geschikte kantoorruimte vinden. Kortom, er is een behoefte aan nieuw aanbod op geschikte locaties om dynamiek en doorstroming in de markt te houden.

Binnenstad incl. stationsgebied ook focusgebied voor vervangingsvraag

De vervangingsvraag is de vraag naar kantoorruimte die ontstaat doordat kantoren, om verschillende redenen anders dan capaciteitsgebrek/overschot, niet meer voldoen. Deze vraag wordt bepaald door technische slijtage (het pand is onbruikbaar en de levensduur loopt af), maar ook door normatieve slijtage; dit houdt in dat het pand niet meer aan de (kwaliteits)eisen van de gebruiker(s) voldoet. Vervanging vraagt in principe om nieuwe invulling in een bestaand pand (door andere eindgebruiker) en/of herontwikkeling of sloop/nieuwbouw van bestaande (verouderde) kantoorpanden. Voor zover de locatie niet voldoet, moeten panden worden onttrokken aan de voorraad door transformatie naar een andere bestemming (bebouwd of soms onbebouwd). Ten behoeve van vervanging kan er dus ook een aanvullende vraag naar kantoren ontstaan.

In het Kantorenmarktonderzoek gemeente Nijmegen (2023) wordt de binnenstad inclusief het stationsgebied aangewezen als focusgebied voor vervangingsvraag. Dit betekent dat als elders in Nijmegen incurante kantoren uit de voorraad worden onttrokken, het advies is om de vervangingsvraag te laten landen in de binnenstad. De vraag naar kantoorruimte valt dan hoger uit dan blijkt uit de behoefteraming. *Indicatief voorbeeld: de vuistregel voor vervangingsvraag is tussen de 0,5 en 1,5% per jaar ten opzichte van de totale kantorenvoorraad. Een aandeel van 1% zou zorgen voor een jaarlijkse vervangingsvraag van 4.500 m². Voor tien jaar is dit 45.000 m².*

Conclusie kantoren

We concluderen dat er in Nijmegen en specifiek de binnenstad en stationsomgeving behoefte is aan extra kantoorruimte. Het ontbreekt hier aan courant, modern en passend aanbod. Naast een

autonome uitbreidingsvraag naar kantoorruimte is er aanvullend sprake van vervangingsvraag wanneer elders kantoorruimte uit de voorraad worden onttrokken. In potentie groeit de binnenstad inclusief het stationsgebied uit tot de belangrijkste kantoorlocatie van Nijmegen. De kantorenmarkt focust in toenemende mate op hoogstedelijke en goed bereikbare OV-locaties. Op dynamische plekken met veel voorzieningen in de omgeving. Dit biedt kansen voor de binnenstad in combinatie met het stationsgebied. Op dit moment bestaat het aanbod in het centrum vooral uit kantoren aan de singels. Deze panden hebben een relatief lage milieucategorieën en staan voor een verduurzamingsopgave. In de binnenstad zijn het vooral grotere kantoren (vooral voor de gemeente). De gemeente Nijmegen wil de groei van de kantorenmarkt op de belangrijkste kantoorlocaties faciliteren. Het stationsgebied en de binnenstad zijn hier een belangrijk onderdeel van.

7.5 Lichte bedrijvigheid

7.5.1 Marktbeeld: potentie van lichte bedrijfsfuncties groter door ruimtedruk

In de loop der jaren zijn werkfuncties vanwege de intrede van commercie en de negatieve omgevingseffecten (vooral hinder, zoals geluidsoverlast en vervoersbewegingen) veelal vertrokken uit binnensteden. Het werken werd gescheiden van het winkelen en wonen. De komende jaren neemt de potentie om te mengen juist weer toe. De druk op werklocaties is groot en er is landelijk gezien op veel plekken schaarste aan beschikbare werkruimte. Bovendien neemt het aantal kleine zelfstandigen toe. Naast veel kantoorachtig werk zien we ook een opleving van kleine ambachtelijke makers. Op veel plekken in het land ontstaat hierdoor vraag naar gemengde gebieden met ruimte voor wonen én werken. Dit past bij uitstek in een binnenstad. De manier waarop we werken verandert en dus onze kijk op werken ook. Veel bedrijven produceren al schoner en stiller. Bovendien veranderen locatiewensen van bedrijven in de strijd om personeel. Dynamische, goed bereikbare en multifunctionele plekken winnen aan relevantie.

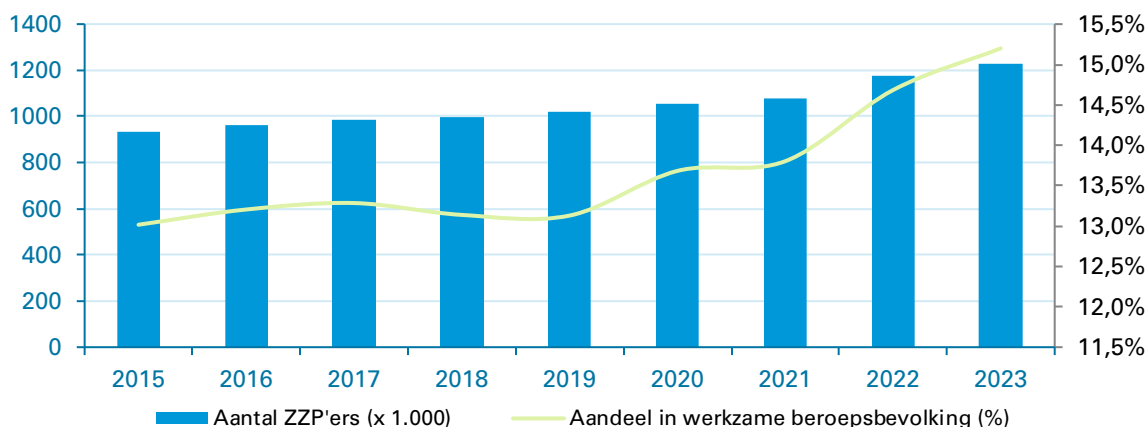
Maatschappelijke baten van mengen zijn groot

Voor een aantrekkelijk en economisch sterk stad is er evenwicht nodig tussen wonen, werken en leven. Een goed samengestelde mixed-use van functies draagt bij aan een brede welvaart. Zo zorgt het toevoegen van werkfuncties in voor extra levendigheid (in de plint). Kleinschalige bedrijvigheid draagt bij aan de interactie en dynamiek en het versterkt de economische structuur. Naast economische versterking draagt het mengen van functies bij aan het verkleinen van de woon-werkafstand, vergroten van de 18-uurs levendigheid en behoud van kwetsbare banen.

Steeds meer werkenden zijn zzp'er; vraag naar kleinschalige werkruimte stijgt

We zien een stijging van zowel het aantal zzp'ers als het aandeel in de totale werkzame beroepsbevolking. Dit betekent dat steeds meer werkenden zzp'er zijn. De afgelopen jaren nam het aandeel zzp'ers in bijna alle bedrijfstakken toe. Zelfstandigen zoeken vaak naar kleinschalige en flexibele bedrijfsruimtes die passen bij hun behoeften en werkwijze. Het gaat om betaalbare ruimtes geschikt voor individueel of klein teamwerk. Met name de vraag naar ruimtes kleiner dan 500 vierkante meter is de afgelopen jaren sterk gestegen, in de praktijk gaat het om een voorkeur van eenheden van circa 200 vierkante meter. Hierdoor is de markt de afgelopen jaren krap geworden. Daarnaast zien we een toename van het aantal binnenstedelijke bedrijfsenclaves.

Figuur 28: Ontwikkeling aantal (linkeras) en aandeel zzp'ers



Bron: CBS, 2023. Bewerking: Stec Groep, 2024.

Kans om ruimte vrij te spelen op bedrijventerreinen

Werkfuncties zijn nu vaak gevestigd op formele werklocaties, vooral bedrijventerreinen. Op een 'gemiddeld' bedrijventerrein zien we echter veel bedrijven die (in de toekomst) ook uitstekend in binnensteden of gemengde gebied kunnen landen. Deze bedrijven verdrukken momenteel

kostbare ruimte voor bedrijven die echt op een monofunctioneel bedrijventerrein gevestigd moeten worden (qua activiteiten, omvang en hinder). Binnensteden en andere gemengde gebiedsontwikkeling worden daardoor aantrekkelijker om lichte vormen van bedrijvigheid te faciliteren. Uiteraard blijft ruimte op bedrijventerreinen nodig voor bedrijven die vanwege hun activiteiten hinder of gevaar veroorzaken voor wonen of andere kwetsbare functies.

Trends en ontwikkeling in het marktsegment

In onderstaande tabel lichten we een aantal relevante trends met impact op de binnenstad verder toe.

Trend	Wat betekent deze trend?
Meer aandacht voor duurzame, lokale en hergebruikte producten 	Er is de afgelopen jaren een duidelijke trend zichtbaar: consumenten tonen een groeiende waardering voor lokaal geproduceerde, duurzame en hergebruikte producten. Deze verschuiving in voorkeur weerspiegelt een groter bewustzijn van de impact van consumptie op het milieu. Het aantal repairshops neemt toe, ook in Nijmegen. De 'right to repair'-act van de Europese Commissie vergroot op termijn deze markt, omdat bestaande producten en apparaten repareerbaar moeten zijn. We zien in de binnenstad aanvullende kansen voor kleinschalige ambachtelijke werkruimtes (lokaal produceren) en bijvoorbeeld een repairshop. De maatschappelijke functie speelt hierbij een nadrukkelijke rol (ontmoeting, bereiken van doelgroepen, stage).

7.5.2 Kwantitatieve behoefte bedrijfsruimten: ook in Nijmegen is de behoefte groot

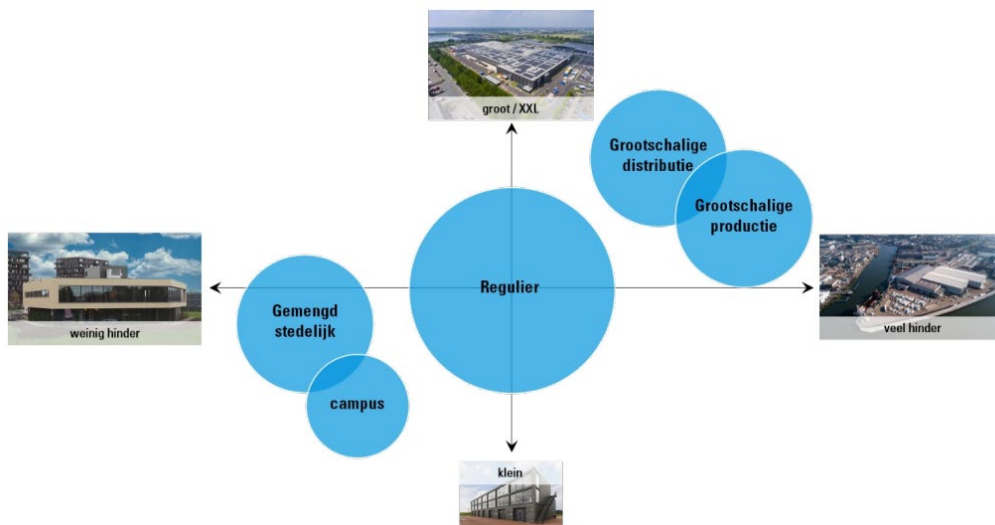
De behoefte aan ruimtes voor lichte bedrijvigheid is groot. Over het algemeen geldt voor heel Nederland, en zeker ook in Nijmegen, een groot tekort aan bedrijfsruimte. Dit blijkt uit de Prognose Werklocaties Gelderland opgesteld door Stec Groep (2023). Hierin wordt de ruimtebehoefte voor verschillende werkmilieus in kaart gebracht. In onderstaand figuur staan de verschillende werkmilieus weergegeven. Het gemengd stedelijke werkmilieu is toepasbaar voor de binnenstad van Nijmegen (milieucategorie 1 & 2). Voor de gehele GMR Arnhem-Nijmegen bedraagt de uitbreidingsvraag circa 15 tot 30 hectare in de periode 2023 t/m 2030. Voor de periode 2031 t/m 2040 wordt een uitbreidingsvraag van 8 tot 57 hectare verwacht. Binnen deze regio voorzien vooral Arnhem en Nijmegen in dit milieu. Kortom, er is volop vraag naar dit segment.

2,3% aanbodpercentage bedrijfsruimte ver onder frictieniveau; flinke krapte op de markt

Het totale aanbod van bedrijfspanden in Nijmegen op bedrijventerreinen in de gemeente Nijmegen bedraagt circa 32.100 m² bvo (peildatum: september 2024). Hiermee ligt het aanbodpercentage in de gemeente op 2,3%¹³. Het aanbod ligt daarmee (ver) onder een gezond frictieniveau van 5%. Er is sprake van flinke krapte op de markt. In de huidige situatie zitten veel ondernemers klem. Bij een gezond frictieniveau van 5% is er ruimte voor bedrijven om te verplaatsen of uit te breiden. Aanbod is een goede graadmeter voor het leegstand, maar niet hetzelfde als leegstand. Panden kunnen aangeboden worden én nog in gebruik zijn. Andersom kunnen panden leeg staan maar niet aangeboden worden.

¹³ Totale voorraad bedrijfspanden / huidig aanbod = aanbodpercentage: 1.406.000 / 32.100 = 2,3%.

Figuur 29: Schematische weergave en omschrijving werkmilieus



Bron: Stec Groep, 2024.

7.5.3 Kwalitatieve behoeften

Voorbeelden van bedrijven met potentie voor een centrummilieu

In onderstaand figuur staan vier veelvoorkomende bedrijfstypen die we terug zien op bedrijventerreinen. Deze bedrijven vallen onder het gemengd stedelijk werkmilieu. Dit zijn bedrijven die evengoed, of zelfs beter, in een centrummilieu passen. Zoals de binnenstad van Nijmegen. Deze doelgroep kent een autonome uitbreidingsvraag op basis van economische ontwikkelingen. Daarnaast liggen er kansen voor verplaatsing van dit type bedrijvigheid van bedrijventerreinen naar een centrummilieu. Er komt dan kostbare ruimte vrij voor bedrijven die daadwerkelijk op een bedrijventerrein thuishoren. Bedrijventerreinen zijn primair bedoeld voor regulier MKB (zo als groothandel, bouwnijverheid, industrie), logistiek en HMC-bedrijven (Hoge Milieu Categorie). Dit zijn sectoren die qua omvang, bedrijfsactiviteiten en hinder (zoals geluidsoverlast en luchtvervuiling) niet passen in een centrum. De potentie voor verplaatsing van dit soort bedrijven naar de binnenstad is echter beperkt. De leegstand beweegt rond een gezond frictieniveau en concentreert zich voornamelijk in het kernwinkelgebied. Dit is geen geschikte locatie voor dit soort bedrijvigheid, dat beter past in een aanloopstraat of gemengd gebied.

Figuur 30: Voorbeelden van bedrijven met potentie in een centrummilieu

Consumentgerichte dienstverleners	Ambachtelijke bedrijfsruimten	Kleinschalige kantoren & co-working	Maatschappelijke voorzieningen
• Kapper • Reisbureau • Schoonheidssalon • Copyshop en fotografie • Dansschool • Studiebegeleiding • Fitness/sportschool • Museum/kunstgalerie	• Meubelmaker • Edelsmid • Brouwerij • Interieurbouw • Brood en banketbakker • Reparatie (kleding, elektronica etc.) • Kunstenaarsatelier	• Boekhoudkantoor • Uitzendbureau • Hypotheek en kredietbemiddeling • Adviesbureau • Reclamebureau • Vermogensbeheer • Televisieomroep/ radio	• Huisartspraktijk • Fysiotherapeut • Kinderopvang • Dagbesteding • Tandartspraktijk • Basisonderwijs • Ondersteuning en begeleiding van gehandicapten

Bron: Stec Groep, 2024.

Conclusie lichte bedrijvigheid

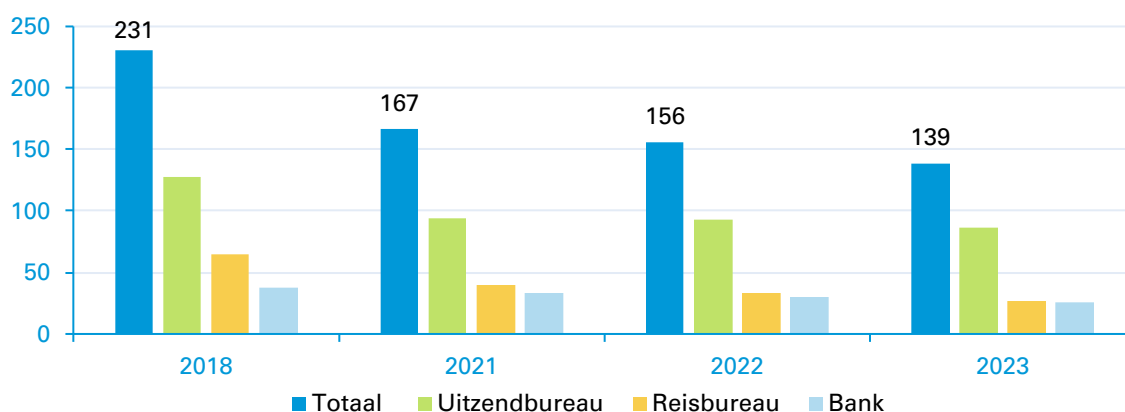
Ondanks de grote behoefte aan bedrijfsruimtes voor lichte bedrijvigheid is de potentie voor de binnenstad beperkt. De binnenstad zit namelijk al behoorlijk vol. Het aantal beschikbare panden is beperkt en op een aantal locaties is er zelfs sprake van krapte op de markt. Deze meeste verhuurbare leegstand zit in kernwinkelgebied. Hier blijft winkelen de hoofdfunctie. We zien wel kansen voor lichte bedrijvigheid op aantrekkelijke locaties rondom de binnenstad, op verdiepingen (mits goed ingepast) of bij nieuwe gebiedsontwikkelingen (zoals Winkelsteeg). Hier draagt deze doelgroep bij aan een levendige en dynamische omgeving met brede functiemix. Ook zien we kansen voor de Van Welderenstraat. Bijvoorbeeld voor een werkplaats waar bezoekers ambachtslieden aan het werk kunnen zien en eventueel een product kunnen kopen. Dit past bij het profiel van de straat. De nadruk op lokaal vervaardigde goederen en ambachtelijke producten heeft de afgelopen jaren aan populariteit gewonnen (zie trends en ontwikkelingen). De NYMA Makersplaats speelt hier al goed op in. Toch blijkt uit de prognose dat de behoefte aan (kleinschalige) bedrijfsruimten verder groeit. Bij schaarste op de bedrijventerreinenmarkt oriënteert dit type bedrijf meer op de binnenstad en omgeving.

7.6 Dienstverlening

7.6.1 Marktbeeld dienstverlening: verschuiving in de aangeboden diensten

Er is een duidelijke verschuiving zichtbaar in de aard van de diensten die worden aangeboden. Zo zien we dat het aantal dienstverleners met een traditionele baliefunctie, zoals een bank, postkantoor of reisbureau afneemt in binnensteden (zie onderstaand figuur). Ook in de Nijmeegse binnenstad is dit het geval. De belangrijkste drijfveer achter de afname van baliefuncties is de snelle opkomst van technologische innovatie en digitalisering. Online bankieren en digitale communicatiemiddelen maken het makkelijker om zaken online te regelen. Voor de consument betekent dit extra gemak en snelheid, maar ook voor bedrijven is het vaak kostenefficiënter om zaken online aan te bieden. Toch blijft persoonlijke interactie belangrijk. Daarom zijn servicepunten in aantrekkelijke omgevingen met horecafaciliteit en informatiepunt in opkomst. Diverse banken experimenteren hiermee (bijvoorbeeld ING).

Figuur 31: Ontwikkeling aantal baliefuncties in binnensteden

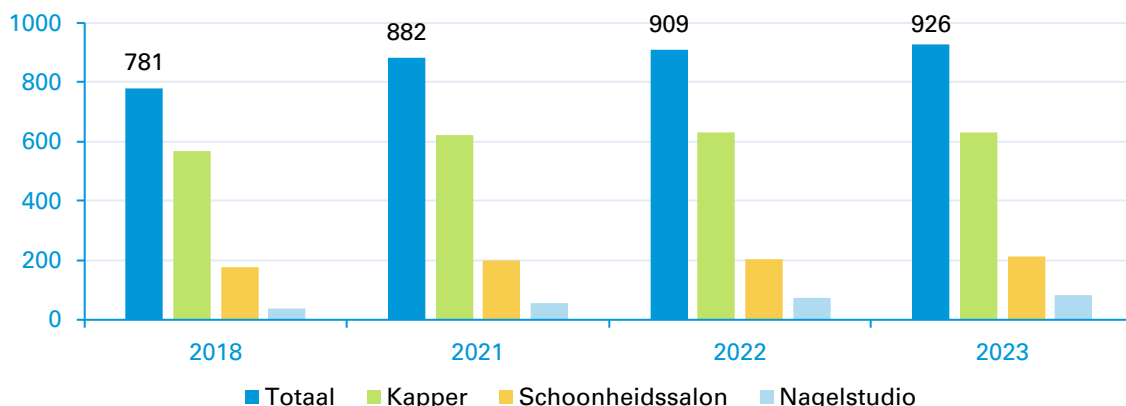


Bron: Locatus. Bewerking: Stec Groep.

Snelle groei van kappers, nagelstudio's en schoonheidssalons

Waar baliefuncties afnemen zien we juist een sterke stijging van kappers, nagelstudio's en schoonheidssalons. Deze groei weerspiegelt de groeiende vraag naar persoonlijke verzorging en het belang dat mensen hechten aan hun uiterlijk en welzijn. Tegelijkertijd speelt er ook een risico in ondermijning, zeker in binnensteden. Dienstverleners dragen bij aan een brede mix van functies in centrumgebieden. Het is een kans om het aanbod te verrijken en specifieke doelgroepen aan te spreken. Tegelijkertijd dient er een juist balans te zijn; een overdaad aan dit type dienstverlening is niet gewenst.

Figuur 32: Ontwikkeling kappers, nagelstudio's en schoonheidssalons in binnensteden



Bron: Locatus. Bewerking: Stec Groep.

Trends en ontwikkeling in het marktsegment

In onderstaande tabel lichten we een aantal relevante trends met impact op de binnenstad verder toe.

Trend	Wat betekent deze trend?
Combinatie van diensten met o.a. horeca of detailhandel 	De consument kiest steeds vaker voor aantrekkelijke (winkel)omgevingen met een optimale totaalbeleving. Daarbij vervagen de scheidslijnen tussen sectoren en branches. Zo zien we steeds vaker combinaties van dienstverlening met bijvoorbeeld horeca of detailhandel. Denk aan een kapper die drankjes schenkt of schoonheidssalon die kleding verkoopt. Sommige creatieve concepten passen mogelijk niet in bestaande omgevingsplannen of regelgeving. Flexibiliteit is dan gewenst, net als een meedenkende houding waarin met de ondernemer wordt nagedacht hoe een concept binnen de wet- en regelgeving kan worden ingestoken.

7.6.2 Kwantitatieve en kwalitatieve behoefte

Behoeftes consumentgerichte dienstverleners: aantal voorzieningen in binnenstad op niveau

We voeren een benchmarkanalyse uit naar het aantal consumentgerichte dienstverlenende voorzieningen. We vergelijken het aantal dienstverleners in de binnenstad van Nijmegen met het gemiddelde uit de benchmark¹⁴. Hieruit blijkt dat het aantal consumentgerichte dienstverleners in de binnenstad op niveau ligt. Als gevolg van de inwonersgroei en verschillende trends zal de behoefte aan consumentgerichte dienstverleners iets toenemen. Kijkende naar de verschillende categorieën is met name persoonlijke verzorging is goed vertegenwoordigd in Nijmegen. Het totale aanbod in deze categorie ligt hoger dan in vergelijkbare binnensteden. Er zijn vooral veel schoonheids- en massagesalons en nagelstudio's. Het aantal kappers is vergelijkbaar met andere binnensteden. Het aantal tattoo/piercingsshops blijft iets achter.

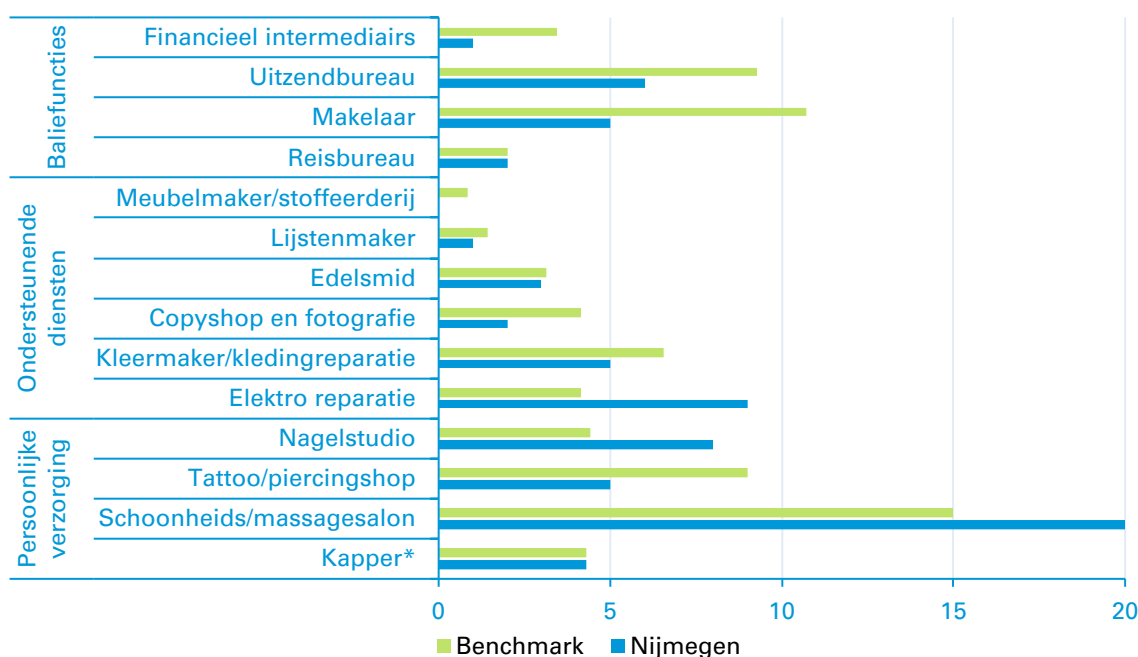
Het aantal ondersteunende diensten in Nijmegen is vergelijkbaar met andere binnensteden. Opvallend is dat er in Nijmegen twee keer zoveel elektroreparatie-zaken zijn dan in de benchmark. Dit zijn vooral telefoonwinkels die ook reparaties uitvoeren. De overige ondersteunende diensten (lijstenmaker, copyshop/fotografie, kleermaker/kledingreparatie) zijn iets minder sterk vertegenwoordigd dan in andere binnensteden. Zo is er geen ambachtelijke meubelmaker/stoffeerderij in de binnenstad. Vanuit een duurzaam en circulair oogpunt is het populair om meubels opnieuw te stofferen of te laten maken in plaats van weg te doen.

¹⁴ Arnhem, Eindhoven, Enschede, Groningen, Leiden, Maastricht en Tilburg.

Kledingmakers zijn om diezelfde reden populair. We verwachten dat het aantal reparatiewinkels blijft groeien (zie trends en ontwikkelingen).

Het aantal dienstverleners met een baliefunctie blijft iets achter ten opzichte van de benchmark. Toch zijn alle branches binnen deze categorie voldoende vertegenwoordigd. We zien dan ook geen grote potentie voor een toename van het aantal baliefuncties. Landelijke gezien neemt het aantal baliefuncties af door digitalisering en technologische innovatie (zoals AI). Bovendien lijkt er buiten de binnenstad al voldoende aanbod te zijn. Zo zitten meerdere van dit soort functies op een locatie net buiten de binnenstad, zoals aan de Kronenburgersingel, St. Annastraat of Groesbeekseweg.

Figuur 33: Benchmarkanalyse consumentgerichte dienstverleners (aantallen)



Bron: Locatus, 2024. Bewerking: Stec Groep, 2024. *Omwille van leesbaarheid hebben we het aantal kappers gedeeld door tien.

Aanvullende ruimtebehoefte dienstverleners door demografische ontwikkeling Nijmegen

Door de inwonersgroei van de gemeente Nijmegen groeit de toekomstige ruimtebehoefte aan dienstverleners in Nijmegen. Dit blijkt uit onderstaande berekening op basis van kengetallen van dienstverleners en de verwachte demografische ontwikkeling van Nijmegen. In totaal gaat het om circa 450 m². De grootste aanvullende behoefte zit naar verwachting in de ondersteunende diensten. Hier speelt vooral de circulaire economie en daarmee de vraag die daarmee ontstaat naar repairshops en andere vormen van ambacht. Daarna volgt de categorie persoonlijke verzorging. Het gaat om een behoefte van +130 m² wvo (twee á drie zaken) tot 2035. De toekomstige behoefte ondersteunende diensten en baliefuncties is zeer beperkt.

Tabel 17: Behoefte dienstverlening Nijmegen (o.b.v. demografisch ontwikkeling)

	Aanbod 2024	Vraag 2035	Behoefte tot 2035
Persoonlijke verzorging	4.040 m ² wvo	4.170 m ² wvo	+ 130 m ² wvo
Ondersteunende diensten	900 m ² wvo	1.200 m ² wvo	+ 300 m ² wvo

Baliefuncties600 m² wvo620 m² wvo+ 20 m² wvo

Bron: locatus, 2024. Bewerking: Stec Groep, 2024.

Colofon

Datum: 21 november 2024

Projectnummer: 24.131

Opdrachtgever: Gemeente Nijmegen

Opdrachtnemer: Stec Groep

Adviseurs: Martijn Exterkate & Mick Peters

Stec Groep

Onderzoek en advies over wonen, werken en leefomgeving

Postbus 217, 6800 AE Arnhem

Willemsplein 5, 6811 KA Arnhem

026 - 751 41 00

info@stec.nl

www.stec.nl