

Wijzer met groen in de stad

Van bestaansvoorwaarde naar verdienmodel

LEI
WAGENINGEN UR

Wijzer met groen in de stad

Van bestaansvoorwaarde naar verdienmodel

LEI
WAGENINGEN UR

Inhoudsopgave

1	Een groene stad is aantrekkelijk	6
2	Maatschappelijke trends	8
3	De waarde van groen	12
4	Groene praktijken	16
5	Groenwaardewijzer: samen naar meerwaarde	22
6	De Groenwaardewijzer in de praktijk	26



Een groene stad is aantrekkelijk

1

In alle steden en dorpen is (openbaar) groen aanwezig, of het nu gaat om bomen, perken of bijvoorbeeld plantenbakken. Tot op heden was het belang en de potentie van deze voorzieningen voor het bedrijfsleven nog onbekend en konden onderstaande vragen niet beantwoord worden. Komen er meer bezoekers en klanten, blijven zij langer en besteden zij meer geld in een groenere omgeving? Wat betekent groen voor de medewerkerstevredenheid?

Uit ons onderzoek is naar voren gekomen, dat er momenteel nog maar weinig bedrijven in de stad actief in groen investeren. Dit heeft vooral te maken met het feit dat veel (openbaar) groen door de overheid wordt onderhouden en gefinancierd én doordat men zich niet altijd bewust is van de waarde die groen kan hebben. Door een terugtredende overheid zal het niet meer vanzelfsprekend zijn dat groen in de stad behouden blijft. De verantwoordelijkheid voor groen zal steeds meer gedeeld worden door overheid, burgers en bedrijven. Tegelijkertijd wordt steeds meer erkend dat groen, ook in de stedelijke omgeving, vele positieve effecten heeft. Groen zal dus belangrijker worden gevonden en ondernemers en burgers zullen in de toekomst meer 'groene' initiatieven gaan ontplooien, zowel individueel als collectief.

In deze brochure gaan we in op het bepalen van de meerwaarde van (openbaar) groen via de Groenwaardewijzer en welke rol het bedrijfsleven hierin kan spelen. Daarnaast brengen wij verschillende succesvolle voorbeelden ter inspiratie in kaart. Het bedrijfsleven waarop deze brochure en aanpak zich richt zijn kleine en middelgrote bedrijven in de stedelijke omgeving en op bedrijventerreinen.

Wat verstaan we onder groen?

Groen dat direct van belang is voor bedrijven, bevindt zich op de bedrijfslocatie zelf of in de publieke omgeving rond het bedrijf. Groen op het terrein kan bestaan uit groen in de tuin en groen op het dak of aan de gevel van het bedrijfspand. In de publieke omgeving gaat het om voorzieningen zoals parken, perken, bloembakken en bomen. De eigenaar van het groen kan het bedrijf zelf zijn, maar ook het vastgoedbedrijf dat eigenaar is van de locatie, de overheid (gemeente) of particulieren.

Maatschappelijke trends

2



Rond groen in de stad herkennen wij vier trends, die gemeente, burgers en bedrijfsleven (mkb) beïnvloeden. Deze ontwikkelingen zijn van belang om de meerwaarde van groen voor een bedrijf te kunnen bepalen. Wij benoemen hier de verschillende, soms tegengestelde, trends, verwachte effecten en mogelijke acties die bedrijven kunnen ondernemen.

Trend 1 Afnemend gemeentebudget en nieuwe concepten voor financiering

Aanleg, ontwikkeling en beheer van groen in de stad is in de huidige situatie voornamelijk een taak van de gemeente, waarbij deze ook financier is. In veel gemeenten is een duidelijke trend zichtbaar dat het budget voor inrichting, beheer en ontwikkeling van stedelijk groen afneemt. Het wordt hierdoor steeds lastiger om het aanwezige groen op het huidige niveau te blijven beheren, laat staan om het groen verder te ontwikkelen. Als reactie hierop zijn gemeenten op zoek naar mogelijkheden om de aanleg, ontwikkeling en beheer van groen als onderdeel van de omgeving anders aan te pakken. Gedacht wordt aan slimmer beheren, meer verdienen aan groen of anders financieren van groen zoals door de gemeente Amsterdam is beschreven (Gemeente Amsterdam, 2013). Mogelijke ideeën voor een andere aanpak zijn hieronder weergegeven in een box. De laatste jaren zien we ook steeds meer (kleinschalige) acties waarin publiek groen privaat beheerd wordt, zoals adoptiegroen en bloembakkenacties door bedrijven, stadslandbouw, en rotondebeheer (bijvoorbeeld door hoveniersbedrijven), guerrilla gardening en tegeltuintjes.

Ideeën voor anders financieren

- Kiezen voor beplanting die in aanschaf duurder is, maar uiteindelijk goedkoper in beheer. Bijvoorbeeld gras vervangen door siergras, wat niet gemaaid hoeft te worden en bijdraagt aan sierwaarde of snel sluitende vaste planten met sierwaarde.
- Braakliggende terreinen die wachten op realisatie van bestemmingen, zoals bedrijvigheid of wonen, tijdelijk inrichten met natuur, eventueel in combinatie met speelplekken of stadslandbouw. Mkb-bedrijven, die de kansen van groen kunnen benutten voor hun eigen bedrijfsvoering, kunnen hierin een rol spelen. Wij denken hierbij aan bedrijven in de (re)creatieve sector, restaurants en andere horeca en stadslandbouw.
- Het verkopen van snippergroen (www.snippergroen.nl), waarmee bespaard wordt op onderhoudskosten en direct inkomsten gegenereerd worden. Voorbeelden zijn gemeente Drimmelen, Ede, Deventer, Epe en Breda.
- Door extensiever beheer ontstaan interessante ruige gebieden. Een voorbeeld hiervan is natuur in Epping Forest in Londen. Het beheerniveau is laag gehouden; de gebruikswaarde voor bepaalde doelgroepen, zoals natuurliefhebbers, rustzoekers en scouts is juist hoger geworden.
- Schapen inzetten om groen in de wijk natuurlijk te beheren. Hierdoor kan bijzondere natuurlijke vegetatie ontstaan waarbij zelfs zeldzame bloemen en planten weer tot bloei kunnen komen. Voorbeelden hiervan zijn Spangen (Rotterdam) en Weesp.

Trend 2 Het belang van een groene stad wordt meer onderkend

De omgevingskwaliteit wordt mede bepaald door al dan niet aanwezige bebouwing en groen. Daarnaast zijn niet-fysische aspecten, zoals sociale samenhang en koopkracht van de bevolking, van belang voor de omgevingskwaliteit. De aanwezigheid van groen bepaalt in visuele zin de omgevingskwaliteit, maar heeft ook op andere wijzen invloed, bijvoorbeeld op luchtkwaliteit en microklimaat. Diverse wetenschappelijke onderzoeken hebben aangetoond dat een groene omgeving veel positieve effecten heeft. Groen bevordert de gezondheid en het welbevinden, draagt bij aan sociale cohesie, verbetert het milieu, verlaagt criminaliteit en genereert stijging van prijzen van woningen.

Trend 3 Veranderende ruimtelijke regelgeving

Ondanks mogelijkheden die ruimtelijke ordening biedt, geven gemeenten veelal de voorkeur aan privaatrechtelijke overeenkomsten (Buitelaar et al., 2012). Hierbij maken private partijen op vrijwillige basis afspraken over de verdeling van de kosten. Dit wordt zowel voor bestaande als voor nieuwe locaties gedaan.
Voor bedrijventerreinen bestaat al langer de mogelijkheid om collectieve voorzieningen, waaronder groen, door parkmanagement collectief te realiseren, bijvoorbeeld

Effecten van verkoeling

Door veel bebouwing, verharding en minder groen is het zomers in de stad een paar graden warmer dan op het platteland. Een 'oververhitte' omgeving kan leiden tot hittestress en het slechter functioneren van mensen. Voor oudere en zieke mensen is het overlijdensrisico groter (Brink en Hendriks, 2013). Door klimaatverandering zal de kans op hittestress toenemen, omdat hittegolven frequenter worden. Groen in de stad kan daar verandering in brengen. Groen voorkomt hitte en zorgt voor verkoeling. Bomen zorgen voor schaduw, en planten – vooral op daken en gevels – vangen zonnestraling op. Planten verkoelen de lucht door de verdamping van water. Bedrijven die investeren in groen dragen bij aan het verminderen van hittestress, waar onder andere klanten of bezoekers van kunnen profiteren. Ook werknemers zullen minder hittestress ervaren, wat de arbeidsproductiviteit ten goede kan komen.

Waterberging

Gemeenten hebben te maken met de Stedelijke wateropgave. Deze opgave bestaat uit een vorm van waterbeheer om te komen tot een duurzame, klimaat robuuste stedelijke leefomgeving (zie ook Ven et al., 2009). Voor opgaves zoals het vasthouden van water zijn oplossingen mogelijk zoals koude-warmteopslag in de ondergrond, groene daken, regentanks en in de wegberm. Gemeenten kunnen er ook voor kiezen om bedrijven via vergunningverlening of planologische processen te stimuleren om in te zetten op groen. Groen draagt in positieve zin bij aan de watertoets, doordat hemelwater door beplanting wordt opgenomen en niet via verharding naar de gemeentelijke riolering hoeft te worden afgevoerd. Door meer te kiezen voor groen kan het doorlopen van het vergunningsproces voor mkb-bedrijven makkelijker worden.

via een Bedrijven Investeringszone (BIZ). Lidmaatschap van een dergelijke bedrijvenvereniging kan verplicht worden gesteld.

Trend 4 Veranderend koopgedrag: toenemend belang belevingswaarde

Doordat het kopen van producten via internet een vlucht genomen heeft, is het niet langer vanzelfsprekend dat consumenten naar fysieke winkels toekomen. Daarom is het meer dan ooit van belang om deze daartoe te verleiden. Het begrip 'funshoppen' speelt daarbij een belangrijke rol; dat is recreatief winkelen, waarbij genieten, plezier en rondkijken centraal staan, zonder dat er een concreet aankoopdoel is (Kenniscentrum Kusttoerisme, 2011). De rol van sfeer en beleving in de binnenstad is dan cruciaal, aangezien de consument de aankoopbeslissingen dan veelal op basis van gevoelsmatige afwegingen maakt. Naast cultuur, evenementen en decoratie is groen een belangrijke factor die de sfeer verhoogt. De verwachting is dat wereldwijd, en ook in Nederland bepaalde stedelijke kernen steeds belangrijker worden. Er zal een (verdere) opschaling zijn van voorzieningen van lokaal naar regionaal niveau. Daardoor zullen perifere locaties het naar verwachting in de toekomst moeilijker krijgen. De belevingswaarde van een gebied zal steeds belangrijker worden ook als ontmoetingsplaats. Zodoende zijn investeringen in de bedrijfsomgeving niet alleen maatschappelijk verantwoord, maar ook een bedrijfsstrategie om klanten te blijven trekken en ervoor te zorgen dat deze langer blijven en meer geld besteden. Want uiteindelijk is het primaire doel van ondernemers om voldoende omzet te realiseren en om de continuïteit van het bedrijf te waarborgen.

De waarde van groen

3



Groen, als omgevingsfactor, kan voor een mkb-bedrijf van waarde zijn voor de bedrijfsvoering. Ook kan een bedrijf ervoor kiezen om groen vanuit maatschappelijke verantwoordelijkheid een plek te geven in de onderneming.

De waarde van groen als omgevingskwaliteit

De aanwezigheid van groen kan bijdragen aan de belevingswaarde van een gebied. Weterings et al. (2013) definiëren belevingskenmerken als 'de esthetische kenmerken die de mensen die een gebied gebruiken ervaren'. Behalve groen zijn dit belevingskenmerken zoals schoonheid, imago, attractiviteit, eigenheid, ruimte en rust. DTZ Zadelhoff (2011) geeft aan dat voor ondernemers bij hun vestigingskeuze de beleving van de omgevingskwaliteit in de binnenstad een rol speelt. Romijn en Renes (2013) constateren dat er in kwantitatieve zin weinig bekend is over de relatie tussen investeringen in vastgoed en de omgevingskwaliteit. In het algemeen geldt dat een hogere kwaliteit van gebruiksfuncties zal leiden tot een hoger aantal gebruikers. Over de rol van groen hierin is weinig bekend. Mogelijk zijn ondernemers zich vaak niet bewust van de rol die groen speelt in de omgevingskwaliteit. Citymall Almere is een voorbeeld van een locatie in de stedelijke omgeving, waar men het belang van groen wel degelijk erkent. Deze casus wordt nader beschreven in hoofdstuk 4. Op basis van de gesprekken die wij met makelaars hebben gehad, blijkt dat een groene omgeving in de bedrijfsvoering van ondernemers vaak nog een beperkte rol speelt. Het is één van de locatiefactoren die voor een bedrijf de kwaliteit van een locatie bepaalt, maar komt nauwelijks tot uiting in taxaties.

De waarde van groen als omgevingskwaliteit is brancheafhankelijk

Het belang dat wordt gehecht aan groen in de stedelijke omgeving verschilt per branche. Groen kan namelijk verschillende effecten hebben, bijvoorbeeld op het vlak van gezelligheid, sfeer en ook uitstraling. Gezelligheid en sfeer zijn belangrijke factoren in de gastvrijheidssector en winkelgebieden, terwijl uitstraling meer van belang is voor bijvoorbeeld notariskantoren (chique en statig). Of voor duurzame bedrijven via de aanwezigheid van een groen dak of een groene gevel, wat ook goed is voor bijvoorbeeld waterberging en luchtkwaliteit. Daarnaast blijkt dat er hogere koopprijzen voor vastgoed in een hoogwaardige omgeving betaald worden (DTZ Zadelhoff & Nyenrode, 2007). Bedrijven die in elkaars omgeving liggen, beïnvloeden ook elkaars omgevingskwaliteit: zo heeft een restaurant invloed op de omgevingskwaliteit van een aangrenzend of nabijgelegen kantoor, terwijl dit kantoor omgekeerd mede de kwaliteit van het restaurant bepaalt (zie bijvoorbeeld Romijn en Renes, 2013).

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en aandacht voor groen

Verantwoordelijkheid nemen als bedrijf voor de fysieke omgeving past binnen de algemene trend van meer aandacht voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Dit kan betekenen dat bedrijven willen investeren in groen zonder dat dit direct financieel iets oplevert. Uit een onderzoek uitgevoerd in opdracht van DGMR in de gemeente Smallingerland blijkt bijvoorbeeld dat overwegingen van bedrijven om duurzaam te ondernemen, vaker gebaseerd zijn op 'goed willen doen', dan op 'meer geld verdienen' (Vries, de en Dijkstra, 2008). Ook door economen wordt onderkend dat naast economische overwegingen, morele overwegingen van belang kunnen zijn bij te nemen beslissingen. Hiermee bedoelen we dat je een beter mens bent als je iets goeds doet, of zo de economie rechtvaardiger en schoner maakt. De morele motivatie is zeker niet altijd meer ondergeschikt aan de harde financiële doelen: werkgelegenheid, winst en groei (zie bijvoorbeeld Heide, 2014).

Bestaande instrumenten mkb en groen

In relatie tot een groene omgeving hebben mkb-bedrijven een aantal instrumenten tot hun beschikking. Voorbeelden van deze instrumenten zijn:

1 Duurzaamheidsprestatiemeters
Om de kwaliteit van de groene omgeving te analyseren zijn er weinig specifieke instrumenten. Wel zijn er tools om de totale duurzaamheidsprestatie van een enkel gebouw, of van een heel gebied te beoordelen. In BREEAM-NL Gebouw, BREEAM-NL Gebied en de Real Estate Norm (REN-methode, ontwikkeld door DTZ makelaars), wordt groen in de omgeving in de beoordeling meegenomen. BREEAM kent aan verschillende kenmerken credits toe. Bij certificering volgens BREEAM-NL Gebied zijn door de aanwezigheid van groen, credits te verdienen voor: ecologische waarden, overstromingsrisico/hemelwatermanagement, omgevingsbeleving, thermisch buitenklimaat, windklimaat en luchtkwaliteit. Dit zijn 7 van de totaal 47 credits die te behalen zijn. De aanwezigheid van groen in het gebied kan wellicht ook nog op indirecte manieren positief bijdragen aan andere credits. Met de REN-methode kan de kwaliteit van locaties en gebouwen worden beoordeeld inclusief de aanwezigheid van een hoogwaardige groenvoorziening als onderdeel van de stedenbouwkundige invulling.

Binnen de vastgoedsector wordt aangenomen dat groenvoorziening geen of beperkt extra winst oplevert voor vastgoed- en grondopbrengsten (Buitelaar et al. 2013). Er wordt echter wel aandacht aan gegeven zoals DTZ Makelaars voor de kantoorlocatie Daalse Kwint door groen als duurzaamheidsfactor in de BREEAM-score op te nemen en door een natuurrapportage op te stellen, waarin de bouwlocatie wordt beschreven. Ook andere panden en winkelgebieden zijn in kaart gebracht voor wat betreft het aanwezige groen zoals de Gebiedsvisie herontwikkeling Winkelcentrum Leidsenhage (Unibail Rodamco, 2013).

Een punt van aandacht bij certificering is dat het veelal niet stimuleert om meer te doen dan minimaal vereist is voor het certificaat. Dit is vaak het eind van een verduurzamingstraject, zeker als er geen sprake is van intrinsieke drive vanuit de betrokkenen.

2 Bedrijven Investeringszones (BIZ)
Een BIZ biedt ondernemers in een afgebakend gebied, bijvoorbeeld binnenstad of bedrijventerrein, de mogelijkheid om binnen dit gebied gezamenlijk te investeren in de kwaliteit van hun bedrijfsomgeving. Tijdens de experimenteerfase met het BIZ-instrument, is dit instrument bijvoorbeeld ingezet voor het realiseren van meer groen (voornamelijk bloembakken) in winkelgebieden, zie casus Hoogeveen hoofdstuk 4.

Groene praktijken

4



Hoewel er weinig bekend is over de potentie van (openbaar) groen voor mkb-bedrijven, zijn er toch al ondernemers die investeren of plannen hebben om te investeren in groen. In dit hoofdstuk hebben we vier inspirerende 'groene praktijken' onder de loep genomen. Per casus wordt ingegaan op de:

- beschrijving van de uitgangssituatie
- financiering van groen
- (verwachte) opbrengsten van groen
- aansluiting op huidige trends.

Case 1 Citymall Almere

Beschrijving

Citymall Almere is gerealiseerd begin 2005 tot 2007. Al snel bleek dat de omzet van de gevestigde huurders achterbleef bij de prognoses. Eigenaar Unibail Rodamco (een Frans-Nederlands vastgoedbedrijf) besloot tot een aanpassing van de inrichting van de openbare ruimte in de Citymall. De huurders werden hier ook bij betrokken. Meer informatie over de werkzaamheden: www.citymall-almere.nl/W/do/centre/werk-aan-de-winkel

Er is een plan gemaakt om het centrum aantrekkelijker te maken, waardoor de verblijftijd van bezoekers hoger moest worden. Het plan bestaat onder andere uit drie thematische pleinen: Flower, Leisure en Belfort. In het hele plan speelt groen een belangrijke rol. Er zijn maatregelen getroffen voor het verbeteren van het klimaat (minder last van wind en regen). Er zijn permanente boombakken en (verplaatsbare) beplantingsbakken geplaatst. Ook op de parkeergarage zijn in grote groepen bomen met speciale constructies voor lucht en water geplaatst op plekken waar dat kon (met het oog op brandveiligheid, looproutes). Er is een plein (Belfort) met horecaconcentratie gerealiseerd, waarvoor groene terrassen zijn aangelegd, met een houten vlonder in het midden.

Het Flower square is bedoeld voor alle planten- en bloemenzaken. Hier bevinden zich grote plantenbakken en een bloemenkiosk. Het Leisure plein is groen ingericht (grote pergola/glazen dak op palen) en bedoeld voor multifunctionele evenementen. Daarnaast is er een voorziening gerealiseerd voor kinderopvang (The Jungle).

Ook zijn groene daken aangelegd op onder andere V&D en op woningen in de Citadel. Er is geïnvesteerd in een toename van de biodiversiteit, in verband met de BREEAM IN-Use-certificering. In Citymall Almere zijn onder andere nestelende eksters opgemerkt.

De grootste omzet werd behaald in de avond en in de wintermaanden, de periode waarin het donker is. Om deze reden is er gekozen om het hele centrum opnieuw te verlichten. Hiervoor is gebruik gemaakt van verlichting in vloeren en wanden (bomen worden ook 's avonds verlicht van onderen).

In 2012 is men begonnen met het realiseren van deze voorzieningen. Het besluit was van eigenaar Unibail Rodamco zelf. De huurders zijn hierin betrokken.

Betrokken partijen

- Unibail Rodamco
- Huurders
- Andere ondernemers in winkelcentrum. Dezen hebben er ook belang bij dat het winkelcentrum als geheel goed loopt
- VVE: woninghuurders die op plein uitkijken
- Gemeente.

Financiering van groen

Door Unibail Rodamco is circa 15 miljoen euro geïnvesteerd. Een deel hiervan is voor groen. Het onderhoud van het groen gebeurt door verschillende partijen, in opdracht van Unibail Rodamco.

Opbrengsten van groen
Door de aanwezigheid van groen is het microklimaat verbeterd (wind, regen), waardoor het aangenamer is geworden voor mensen. Er is minder leegstand doordat de Flower square nieuwe groene ondernemers aantrekt. Ook kinderopvang 'The Jungle' past goed in het groene concept. Alle maatregelen samen trekken meer bezoekers. In de feestmaanden van 2013 hadden de huurders een omzet die 20% hoger was dan in de feestmaanden van 2012.

Aansluiting op huidige trends
De toepassing van groen in de Citymall heeft de omgevingskwaliteit zowel in fysieke als visuele zin verbeterd. Er is minder last van wind en regen. De groene uitstraling is overal merkbaar, wat geheel past binnen de trend van een toenemend belang van een groene stad. Bovendien heeft dit totaalconcept een positieve invloed op de verblijftijd.

Case 2 Hoogeveen

Beschrijving
Lange tijd was de binnenstad van Hoogeveen een beetje kleurloos, met een lange en saaie winkelstraat in het hart en weinig historische elementen. In de loop der jaren is het centrum daarom flink op de schop gegaan. Zo is in de jaren negentig het stromend water teruggebracht in de binnenstad in de vorm van de Cascade, een kronkelend kunstwerk van 250 meter door de Hoofdstraat. In 2004 heeft de gemeente Hoogeveen, onder supervisie van de stedenbouwkundige Ashok Bhalotra, een structuurvisie ontworpen om sfeer en karakter aan het centrum te geven. Terrassen, evenementen en de warenmarkt hebben ervoor gezorgd dat de stad levendiger is geworden en dat consumenten er langer verblijven. Verder zijn enkele straten heringericht, is er nieuwe verlichting aangebracht en zijn er veel bomen en ander groen toegevoegd aan de stad. Uiteindelijk leverden deze en andere inspanningen Hoogeveen in 2011 de titel 'Beste Binnenstad 2011-2013' op in de categorie middelgrote steden. Betrokken partijen hierbij waren genoemde Ashok Bhalotra, de gemeente Hoogeveen, de provincie Drenthe, Stichting Centrummanagement Hoogeveen en de middenstand.

Financiering
Hoogeveen financiert vanaf 2009 een deel van de investeringen in de binnenstad via een Bedrijven Investeringszone' (BIZ), de eerste van Nederland. Dat betekent dat de ondernemers in de binnenstad hebben afgesproken dat ze gezamenlijk investeren in de kwaliteit van de bedrijfsomgeving. Deze activiteiten zijn aanvullend op die van de gemeente. De gemeente heft een BIZ-bijdrage bij ondernemers en keert de opbrengst uit aan de Stichting Centrummanagement Hoogeveen, die namens de ondernemers activiteiten uitvoert. Via de BIZ komt jaarlijks 300.000 euro beschikbaar om het economisch klimaat in het centrum te bevorderen.



Opbrengsten van groen
De investeringen in de binnenstad hebben de ondernemers het nodige opgeleverd. Uit het koopstromenonderzoek van Oost-Nederland (Zuid-Drenthe, Overijssel, deel Gelderland en Flevoland) van de Kamer van Koophandel blijkt dat de binnenstad van Hoogeveen de hoogste koopstroomcijfers toont uit het hele gebied, procentueel de grootste toename van het aantal consumenten van stadscentra heeft en als gevolg hiervan (zeer) lage leegstandscijfers kent (Gemeente Hoogeveen, 2012).

Aansluiting op huidige trends
Nu het niet langer vanzelfsprekend is dat consumenten naar fysieke winkels toekomen, onder meer vanwege de toenemende populariteit van kopen via internet, is het steeds belangrijker om consumenten te verleiden om te komen winkelen. Dat kan door de sfeer en beleving in de binnenstad te bevorderen via cultuur, evenementen, decoratie en groen. Deze investeringen in de bedrijfsomgeving zijn daarmee niet alleen maatschappelijk verantwoord, maar ook een bedrijfsstrategie om klanten te blijven trekken en ervoor te zorgen dat deze langer blijven en meer geld besteden.

Case 3 Ecomunitypark

Beschrijving
Ecomunity is een voorbeeld van een project waarbij de samenwerkende partijen al vanaf het begin kiezen voor de belangrijke rol van groen in het gebied en een collectieve verantwoordelijkheid hiervoor.

Het Ecomunitypark in Oosterwolde is een initiatief van ondernemer Anne Jan Zwart van ECOStyle (ecologisch verantwoorde producten voor bodem, plant en dier). Het park omvat een intrinsiek duurzaam bedrijventerrein van 17 hectare groot, is centraal gelegen in Noord-Nederland en bedoeld voor innovatieve mkb-bedrijven. Er wordt



gewerkt met één architectenteam, dat zowel de gebouwen als het landschap ontwerpt en er zorg voor draagt dat de gebouwen in het park landschappelijk ingepast worden. Het uitgangspunt bij dit ontwerp is dat voor de beleving van een gebied de totale inrichting van de openbare ruimte belangrijk is. Bij totale inrichting gaat het om design, kunst, materiaalgebruik en ook om de aanwezigheid van groen. Vanuit de structuurvisie van de gemeente Ooststellingwerf geldt als randvoorwaarde dat het gebied voor 50% uit groen moet bestaan. Het Economitypark zal voor meer dan 50% bestaan uit water en groen. Dit groen bestaat onder andere uit verantwoorde teelt van uiteenlopende, veelal inheemse soorten; een groenten- en kruidentuin van 3.000 m^2 en natuurvriendelijke oevers met vistrappen. Er worden ook fiets- en wandelpaden door het bedrijvenpark aangelegd. December 2013 is gestart met de realisatie van dit park. Er is aan dit park al het internationale duurzaamheidscertificaat BREEAM-NL-gebied Outstanding toegekend. Partijen die bij de realisatie van het Ecomunitypark betrokken zijn, zijn onder andere ECOStyle, Gemeente Ooststellingwerf, Provincie Friesland, Stenden Hogeschool, Hogeschool Van Hall Larenstein en Nordwin College.

Financiering van groen
De kavels van het Ecomunitypark worden verkocht onder de voorwaarde dat groen, water, parkeerplaatsen en fiets- en wandelpaden, ook op de kavels, worden aangelegd door Ecomunitypark BV. Dit wordt verdisconteerd in de grondprijs. De ondernemers die grond kopen, krijgen zeggenschap over groen en openbare ruimte, en het beheer en onderhoud ervan, op basis van het aandeel grond dat men in het park koopt. Zo worden alle ondernemers gezamenlijk verantwoordelijk voor het hele park. Zij financieren gezamenlijk de openbare buitenruimte op het park, inclusief groen en fietspaden. Deze manier van verkoop zal naar verwachting ook verrommeling tegengaan en borg staan voor een duurzame en groene uitstraling op de lange termijn. Op deze wijze kan er ook optimaal gewerkt worden aan de voortdurende verbetering van de biodiversiteit. Ook ga je als ondernemer akkoord met de voorwaarde dat er zonnepanelen op je dak geplaatst mogen worden.

Verwachte opbrengsten van groen
Werknemers krijgen een werkomgeving die bijdraagt aan meer werkplezier, hogere productiviteit en lager ziekteverzuim. De opbrengst uit de groentetuin zal gebruikt worden in het restaurant en in groentepakketten voor werknemers. Door de manier waarop het park wordt aangelegd, zou het een verrijking van de woonomgeving kunnen opleveren. Ook verbetert het imago van bedrijven en werknemers op het park. Verder wordt het gebied aantrekkelijker, waardoor de gebiedseigenaar gemakkelijker grond kan verkopen en er op termijn minder leegstand zal ontstaan. Zo ontstaat er voor bedrijfseigenaren een betere business case, omdat hun investering meerwaarde krijgt op lange termijn.

Aansluiting op huidige trends
Ecomunity sluit aan bij de trend dat de aanleg, ontwikkeling en beheer van groen in de stedelijke omgeving steeds meer een gezamenlijke verantwoordelijkheid wordt van de gemeente en private partijen, zoals bedrijven. Het budget van gemeenten voor inrichting, beheer en ontwikkeling van stedelijk groen neemt af, waardoor gemeenten op zoek gaan naar mogelijkheden om dit anders aan te pakken. Daarnaast is er in toenemende mate aandacht voor de positieve effecten van groen, zoals op de gezondheid en het welbevinden van mensen en de sociale cohesie.

Case 4 Dorpsstraat Zoetermeer

Beschrijving
Eén van de ambities van horecaondernemers rondom de Dorpsstraat is een gezellig winkel- en uitgaansgebied te creëren, waardoor Zoetermeerders ontspanning dichtbij huis vinden. Groen draagt bij aan de beleving van het gebied. Het Italiaanse restaurant Bella Thorino heeft meerdere bomen op het terras van het restaurant geplaatst waardoor het straatbeeld sterk vergroend is. Een ander voorbeeld is het Thaise restaurant Thai Thani. Dit restaurant beschikt over een tuin. De buren van dit restaurant hebben een verwaarloosde tuin. De eigenaar heeft aangegeven bereid te zijn deze tuin aan Thai Thani te verhuren. Het plan is om in deze tuin echt iets te creëren zodat je hier prettig kan verblijven. Het idee is om dit te realiseren door te investeren in beplanting met bomen, Boeddhabeelden, terrashaarden en zitjes.

Financiering van groen
Als een bedrijf kiest voor huren of kopen in de omgeving van de Dorpsstraat, betekent dit automatisch een hogere huur dan in andere delen van Zoetermeer. Hier krijg je als bedrijf ook wat voor terug. Zo ligt Thai Thani aan het water, en is er aan de overkant van het water gratis parkeergelegenheid.
Voor het financieren van de tuin wil Thai Thani samenwerken met een tuincentrum. Het idee is dat het tuincentrum een deel van de spullen levert in ruil voor reclame aan de



waterkant. Hier komen veel wandelaars langs. De ondernemer heeft ervaring met sponsoring van investeringen in de inrichting van zijn restaurant. Zo heeft het bedrijf dat de inrichting van zijn restaurant mede heeft verzorgd in ruil voor korting een klein reclamebordje in het restaurant hangen. Het onderhoud van groen zal wel voor rekening komen van de ondernemer.
Naast andere horecaondernemers in de Dorpsstraat die het belang van groen erkennen, zijn de buren van Thai Thani en een tuincentrum relevante partijen in deze case.

Verwachte opbrengsten van groen
Door te investeren in de tuin, en in beleving van deze tuin, verwacht Thai Thani extra omzet. Dit is ook wat gezien wordt als resultaat bij twee andere horecaondernemers. Klanten weten de weg naar de binnentuinen in de zomer goed te vinden. De meerwaarde van groen wordt niet verdisconteerd in de prijs, maar verdient zich wel terug doordat er meer klanten komen en doordat de klanten die komen, langer blijven.

Aansluiting op huidige trends
In de omgeving van Zoetermeer zijn meerdere alternatieven met een hoge belevingswaarde. Deze casus laat zien dat het bundelen van krachten meerwaarde biedt om ook mensen te blijven trekken naar Zoetermeer.



Groenwaardewijzer: samen naar meerwaarde

5

Direct en gericht aan de slag

Er is meerwaarde te halen uit uw groene omgeving. Om deze meerwaarde te ontdekken en te benutten, heeft LEI Wageningen UR de Groenwaardewijzer ontwikkeld. Deze tool helpt u om te komen tot een onderbouwde beslissing om te gaan investeren in groen in uw directe omgeving. Op basis van interviews, een workshop en theorie is deze Groenwaardewijzer tot stand gekomen. Een voorloper van deze wijzer is toegepast in Den Helder om te laten zien dat de inzet van het Helders Erfgoed kan dienen als motor voor nieuwe economische activiteiten (Polman et al., 2013).

Wat is de Groenwaardewijzer?

Met de Groenwaardewijzer wordt in stappen de meerwaarde van groen voor een bedrijf bepaald. In veel gevallen heeft een ondernemer te maken met andere partijen, zoals omwonenden, andere ondernemers of de gemeente. Een participatief proces dus, waarbij sommige partijen ook medefinancier van het groen kunnen zijn. In de Groenwaardewijzer gaat dit participatieve proces hand in hand met het doorrekenen van de verschillende verdienmogelijkheden. De wijzer ondersteunt een mkb-bedrijf of een groep direct betrokkenen bij het maken van een gerichte keuze voor het al dan niet investeren in groen. De wijzer helpt bij het inzichtelijk maken van de maatschappelijke diensten en de partijen die voordeel hebben van deze diensten. Op deze manier kan het ondersteunen in communicatie met overheden over bijvoorbeeld beschikbare ruimte, vergunningen en ontsluiting. Ook kan het bijdragen aan onverwachte samenwerkingen (met niet voor de hand liggende partijen) om gezamenlijk te investeren in groen.

Hoe werkt het?

De Groenwaardewijzer bevat drie onderdelen:

- een financiële afweging om te investeren in groen
- een maatschappelijke kosten-batenanalyse
- een inventarisatie van de partijen voor wie groen ook meerwaarde kan opleveren

Voor het bereiken van een optimaal resultaat is het van essentieel belang:

- inzicht te hebben in de maatschappelijke trends en binnen deze context de Groenwaardewijzer toe te passen.
- een goed (participatief) proces in te richten. Hierbij worden stakeholders uit de (directe) omgeving van het mkb-bedrijf betrokken in het besluitvormingsproces.

Onderstaand worden de verschillende onderdelen van de Groenwaardewijzer, met de bijbehorende stappen (zie figuur 1) nader toegelicht:

Afweging om te investeren in groen (stap 1 en 2)

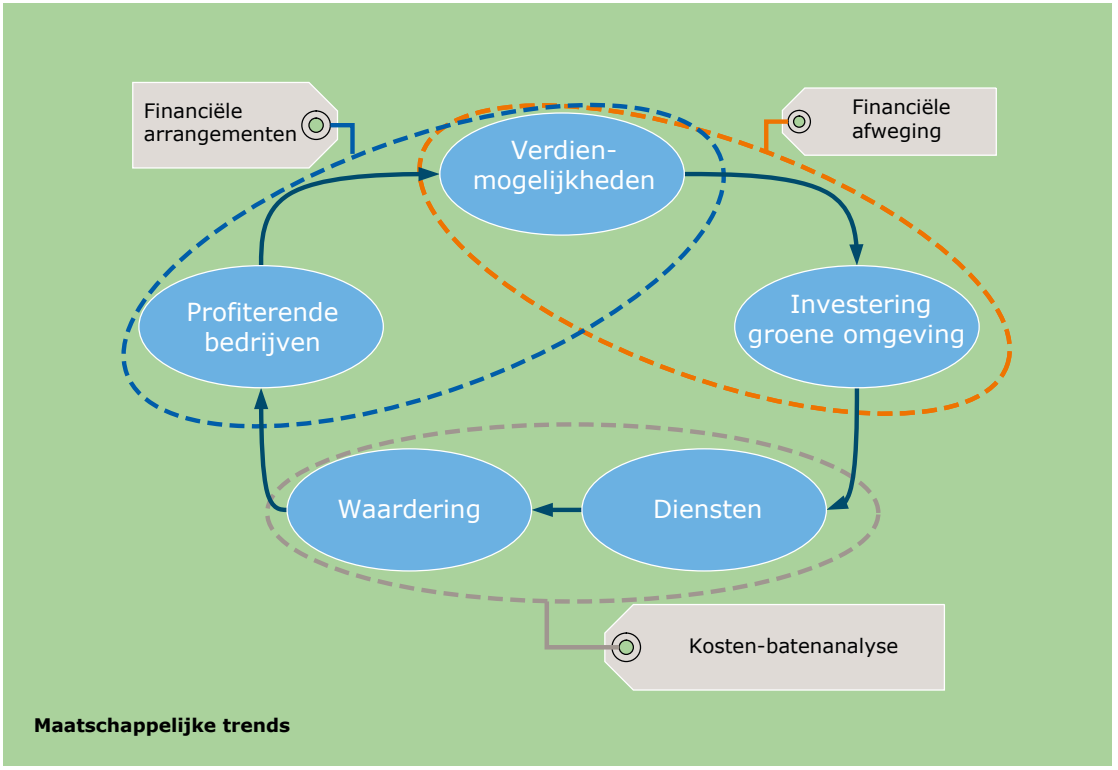
De Groenwaardewijzer start bij een mogelijke beslissing van een mkb-bedrijf om te investeren in groen. Welk doel heeft een bedrijf met (meer) groen voor ogen? Zijn er wellicht meerdere mogelijkheden waar een bedrijf op in wil zetten? Zijn er ook andere partijen die bij dit groen gebaat zijn? Gaat het om groen op het bedrijfsterrein zelf of ook in de omgeving ervan? Hoe verandert hierdoor het bedrijf en zijn omgeving? Wat is de hoogte van de investering en wat zijn de exploitatiekosten?

Voor het beantwoorden van deze vragen is ook inzicht in maatschappelijke trends, het bedrijf zelf en de omgeving belangrijk. De maatschappelijke trends zijn van invloed op het ontstaan van nieuwe verdienmogelijkheden en

het bereiken van haalbare innovatieve verdienmodellen. Verdienmogelijkheden zijn kansen voor een mkb-bedrijf waarvan het financiële rendement nog nagegaan en vastgesteld moet worden. Als een verdienmogelijkheid zichzelf bewezen heeft, dan wordt het een verdienmodel (zie ook www.rvo.nl; Polman et al., 2013).

Maatschappelijke kosten-batenanalyse (stap 3 en 4)

Vervolgens wordt bekeken wat deze investering kan opleveren aan diensten. Deze diensten kunnen voor de ondernemer zelf interessant zijn, maar ook voordelen



Figuur 1 De Groenwaardewijzer: de onderbouwing van verdienmogelijkheden voor groen (op basis van Polman et al., 2013)

In de Groenwaardewijzer worden verschillende stappen onderscheiden:

Stap 0 Maatschappelijke trends: Wat zijn de relevante trends?
Stap 1 Verdienmogelijkheid → Investeren in groene omgeving: Wil een mkb-bedrijf investeren in groen?
Stap 2 Investeren in groene omgeving → Diensten: Welke diensten kan groen bieden?
Stap 3 Diensten → Waardering: Wat is de waarde van deze diensten voor de maatschappij en voor het mkb-bedrijf?
Stap 4 Waardering → Profiterende partijen: Op welke wijze profiteert het mkb-bedrijf en andere partijen van groen?
Stap 5 Profiterende partijen → Verdienmogelijkheid: mkb-bedrijf betrekt andere profiterende partijen erbij en besluit over investering(en) met bijbehorend verdienmodel

opleveren voor andere ondernemers of voor de maatschappij. Voorbeelden hiervan zijn:

1 een hogere belevingswaarde van het gebied, waardoor meer bezoekers of klanten voor de ondernemer en andere betrokkenen in de omgeving. Ook een beter werkklimaat voor de medewerkers.
2 meer groen kan dienen als waterbergingslocatie. De dienst die dit levert is droge voeten in de wijk en dus minder overlast.
3 een afname van de criminaliteit in de wijk door een betere omgevingskwaliteit. Dit betekent minder inzet van beveiliging en een hogere belevingswaarde van een gebied.
4 positief imago van de bedrijven die in groen investeren, en positieve publiciteit voor de directe omgeving met als mogelijke spin off meer business in dit gebied.

De meerwaarde van de diensten kan vervolgens zoveel mogelijk kwantitatief bepaald worden door het aantal personen, dat ervan profiteert te vermenigvuldigen met de prijs van de dienst. Zo kan de waarde die groen heeft in de ogen van klanten of bezoekers, worden gemeten en vermenigvuldigd met het aantal extra klanten of bezoekers. Aan de hand van beschikbare kentallen kan dit voor verschillende diensten voor een specifiek bedrijf worden ingevuld. Hiervoor kan onder andere het DVS/SEE (2011) 'Handboek omgevingskwaliteit' en Polman et al. (2013) worden gebruikt. Indien kentallen niet beschikbaar zijn of veel onderzoek vergen, worden de kentallen vastgesteld op basis van de ervaringskennis van betrokkenen.

Uiteindelijk gaat het erom dat de meerwaarde van de diensten (baten) opwegen tegen de kosten van de mogelijke investering.

Inventarisatie van partijen voor wie groen ook meerwaarde kan opleveren (stap 5 en 1)

Met de maatschappelijke kosten-batenanalyse is zichtbaar gemaakt hoe een mkb-bedrijf en andere betrokkenen per saldo kunnen profiteren van groen. Hierdoor is het ook gemakkelijker om andere partijen te interesseren om mee te denken en mee te doen. In de meeste gevallen zal een ondernemer dan ook overwegen om deze partijen bij de besluitvorming te betrekken. Dit kunnen ook minder voor de hand liggende partijen zijn. Samen met deze partijen kan de ondernemer nogmaals de verdienmogelijkheid/heden tegen het licht houden. Dit zal leiden tot nieuwe gezamenlijke verdienmogelijkheden en nieuwe verdienmodellen.

Als andere partijen besluiten ook mee te financieren is sprake van een zogenoemd 'financieel arrangement'. Een financieel arrangement is een overeenkomst tussen partijen om groen duurzaam in stand te houden en te betalen. Hierbij zijn samenwerking en betrokkenheid essentieel voor creëren van draagvlak.

De bovengenoemde onderdelen en stappen van de Groenwaardewijzer zijn afgebeeld in figuur 1.

De kracht van deze Groenwaardewijzer is dat het continu inzicht geeft in het dynamische proces van nieuwe verdienmogelijkheden en daaruit voortkomende maatschappelijke diensten, profiterende partijen en verdienmodellen. De Groenwaardewijzer ondersteunt stakeholders bij het tot stand komen van mooie en vaak onverwachte samenwerkingen voor het duurzaam ontwikkelen en in stand houden van groen.

De Groenwaardewijzer in de praktijk

6



In de vier praktijkvoorbeelden uit hoofdstuk vier is een aantal vaste onderdelen herkenbaar, die ook terugkomen in de Groenwaardewijzer.

Zo is in alle vier de 'groene praktijken' sprake van een initiatiefnemer, die heeft bedacht dat het investeren in meer groen interessant kan zijn (*stap 1 en 2* van de Groenwaardewijzer). In drie van de vier cases, namelijk Zoetermeer, Hoogeveen en Almere, gaat het om bestaande gebieden, waar men een hogere belevingswaarde wil(de) bereiken. Het uiteindelijke doel is dat meer bezoekers worden getrokken. In het geval van Ecomunitypark gaat het om een initiatief van een ondernemer, die zelf veel waarde hecht aan natuur en groen en vanuit deze overtuiging hierin wil investeren en anderen hierin wil meenemen.

De vier initiatiefnemers hebben ook gekeken naar de mogelijke diensten die (meer) groen kan bieden en welke andere partijen hier belang bij kunnen hebben (*stap 3 en 4*). In het geval van Zoetermeer ging het om restaurants, een tuincentrum, en wandelaars en fietsers. Zij hebben allen baat bij een hogere belevingswaarde. In Hoogeveen waren dit ondernemers, de centrummanager, de provincie Drenthe en de stedenbouwkundige Ashok Bhalotra, die werden betrokken in het realiseren van het groen. Voor de aanpak van Citymall Almere heeft initiatiefnemer Unibail Rodamco nauw samen gewerkt met huurders, andere ondernemers en de gemeente Almere. Bij Ecomunitypark zijn zeer veel partijen betrokken, naast initiatiefnemer ECOstyle, onder andere de provincie Friesland, gemeente Ooststellingwerf, het onderwijs en ontwerpbureaus. Het park moet verscheidene maatschappelijke diensten leveren, zoals biodiversiteit, natuurvriendelijke oevers, een groenten- en kruidentuin en recreatiemogelijkheden. Ook wordt door een link met het onderwijs vorm gegeven aan kennisoverdracht. Er is gekeken naar wat de mogelijke win-win is voor betrokkenen, zoals positief imago voor de provincie, groene uitstraling, bekendheid, meer bezoekers. Hiertoe kan de Groenwaardewijzer een aantal malen worden doorlopen en kunnen verschillende verdienmogelijkheden worden doorgerekend.

Er zijn verschillende (financiële) arrangementen gevormd in de verschillende gepresenteerde cases. Het gaat om partijen die gezamenlijk hun schouders eronder zetten om groen in stad of dorp te realiseren en in stand te houden (*stap 5 en 1*). Het aantal betrokken partijen, al dan niet financierend, is verschillend per initiatief. Bij Ecomunitypark zijn zeer veel partijen betrokken. De opbrengsten van groen zijn voor het Ecomunitypark nog niet bekend. Dit geldt ook voor Zoetermeer. In Zoetermeer bestaat de verwachte opbrengst bijvoorbeeld uit reclame voor het tuincentrum en een mooiere en gastvrije dorpsstraat die meer mensen aantrekt en uitnodigt om te verblijven. Het verdienmodel van het Ecomunitypark bestaat uit het verhuren van bedrijfsruimte in combinatie met een aantrekkelijke groene omgeving. Uiteindelijk heeft in Almere en Hoogeveen de investering in groen al geleid tot een mooi resultaat, namelijk 20% meer omzet voor de huurders (Almere) en 'beste middelgrote stad van Nederland' (Hoogeveen).

Groen als kans

Bent u ook benieuwd of investeren in groen voor u als direct betrokkene interessant is? Welke andere partijen daar ook profijt van kunnen hebben? En met wie u het dus gezamenlijk kunt oppakken?

Kijk eens goed rond in uw omgeving, en stelt u zich eens voor hoe meer groen iets toe kan voegen, voor u en wellicht ook voor anderen in uw omgeving. Een gestructureerde aanpak met behulp van de Groenwaardewijzer geeft snel inzicht in de waarde van groen voor uw bedrijf en voor andere direct betrokkenen. Door de verdienmogelijkheid voor de omgeving in beeld te brengen, wordt de investering in een breder perspectief geplaatst. Hierbij is het van belang om, waar mogelijk, het voordeel voor stakeholders zoveel mogelijk te kwantificeren. Door de verschillende voordelen te benoemen, kunnen ook andere, minder voor de hand liggende partijen bij het proces en investering worden betrokken.

LEI Wageningen UR is een sociaaleconomisch onderzoeksinstituut, dat kennis en ervaring heeft met vraagstukken rond de groene ruimte. Onze kracht ligt in het samenbrengen van de diverse betrokkenen en gezamenlijk op zoek te gaan naar de meerwaarde voor het bedrijfsleven en de maatschappij.
Wij dragen graag bij aan een groene omgeving.

Contact
Marijke Dijkshoorn-Dekker
marijke.dijkshoorn@wur.nl
T (070) 335 81 53

Colofon

Auteurs
Marijke Dijkshoorn-Dekker, Arianne de Blaeij, Nico Polman, Rolf Michels, Marlies Ballemans

Met dank aan
Marlies van Driel (Unibail Rodamco), Gerrit Vloedgraven (Interra),
Leo Hoksbergen (centrummanager Hoogeveen), Bert Krikke (Ecomunity),
Wasinee Doornbos (Thai Thani), deelnemers aan de workshop
'Groen in de stad. Bestaansvoorwaarde voor het mkb of luxe?'

Fotografie
Nationale Beeldbank/Julia Cirkel (p1), Rob van Esch/shutterstock.com (p6), Barry de Vries (p8)
Nationale Beeldbank/Gert van Santen (p12), Gemeente Almere (p16), Gerardus (p18),
Ecomunity (19), John Doornbos (p21), shutterstock.com (p22), Nationale Beeldbank (p26)

Vormgeving
Wageningen UR, Communication Services

Drukwerk
MediaCenter Rotterdam

Deze brochure is gebaseerd op het onderzoek 'Wijzer met groen, van bestaansvoorwaarde naar verdienmodel' (achtergronddocument) van Dijkshoorn-Dekker et al., 2014 dat is uitgevoerd binnen het kader van het EZ-programma kennisbasisonderzoek 'Duurzame ontwikkeling van de groenblauwe ruimte, project KB-14-011-021 LEI Innovatieve groene business strategieën mkb in de stad'. Het rapport is online beschikbaar in edepot.wur.nl en hierin vindt u ook de literaire verwijzingen uit deze brochure terug.

LEI 14-036

© 2014 LEI Wageningen UR



LEI Wageningen UR verricht sociaal-economisch onderzoek en is de strategische partner voor overheden en bedrijfsleven op het gebied van duurzame en economische ontwikkeling binnen het domein van voeding en leefomgeving. Het LEI maakt deel uit van Wageningen UR (University & Research centre). Daarbinnen vormt het samen met het Departement Maatschappijwetenschappen van Wageningen University en het Wageningen UR Centre for Development Innovation van de Social Sciences Group.

www.wageningenUR.nl/lei