



HUISVESTING CULTURELE EN CREATIEVE SECTOR ARNHEM

*Onderzoek vraag en aanbod
huisvesting*



BUREAUBUITEN
economie & omgeving

Bureau BUITEN

Economie en Omgeving

Achter Sint Pieter 160

NL-3512 HT Utrecht

info@bureaubuiten.nl

+31 (0)30 - 231 89 45

www.bureaubuiten.nl

Huisvesting Culturele en creatieve sector Arnhem

*Onderzoek vraag en aanbod
huisvesting*

Aangeboden aan:
Gemeente Arnhem
25 juni 2019

Auteur(s):
Bart Versteegh
Jaap Meijs
Wouter Maat

Projectnummer 1334



Inhoudsopgave

Aanbevelingen	5
Aanleiding onderzoek	10
1 <i>De creatieve en culturele sector in Arnhem groeit en is fijnmazig over de stad verspreid</i>	11
2 <i>Het aanbod is divers, veelal tijdelijk en lastig in beeld te brengen</i>	15
3 <i>De sector is tevreden met de huisvesting, maar toch wil een groot deel verhuizen</i>	20
4 <i>Met name de beeldende kunsten is een lastig te huisvesten doelgroep</i>	22
5 <i>Mismatch tussen vraag en aanbod: prijs, omvang en tijdelijkheid</i>	24
5.1 <i>Toekomstig aanbod huisvesting: afname verwacht</i>	24
5.2 <i>Toekomstige vraag naar huisvesting: vraag neemt toe</i>	25
5.3 <i>Vraag en aanbod: opgaven voor de toekomst</i>	27
6 Conclusies	30
6.1 <i>Conclusies over het functioneren van de sector in Arnhem</i>	30
6.2 <i>Conclusies over de huidige huisvesting van de sector</i>	30
6.3 <i>Conclusies over de toekomstige huisvesting van de sector</i>	31



Aanbevelingen

Op basis van de enquête onder de gehele creatieve en culturele sector in Arnhem, interviews met aanbieders van huisvesting en twee panelgesprekken met ondernemers komen we tot vier actiegerichte aanbevelingen voor de huisvesting van de creatieve en culturele sector.

A. Jaag de ontwikkeling van ruimtes voor de creatieve en culturele sector aan en zorg dat deze beter benut worden

Het onderzoek laat zien dat er een kwalitatieve en kwantitatieve mismatch is tussen vraag naar en aanbod van huisvesting voor de creatieve en culturele sector in Arnhem, en dat deze mismatch in de toekomst groter wordt. Dit is het gevolg van de uitbreidingsbehoefte (op korte en langere termijn) van de huidige ondernemers, de gestage groei van de sector in Arnhem (meer bedrijven) en het onttrekken van aanbod uit de huidige (tijdelijke) voorraad.

Om dit kwantitatieve tekort aan te pakken, is de aanbeveling de ontwikkeling van meer betaalbare ruimtes voor de creatieve en culturele sector aan te jagen en tegelijkertijd de doorstroming binnen het huidige aanbod te bevorderen. Hier liggen rollen voor zowel aanbieders als de gemeente.

Aanbieders van huisvesting kunnen maatregelen treffen om het gebruik van hun ruimtes (en daarmee in feite het aanbod) te optimaliseren. Dat kan door doorstroming te bevorderen, bijvoorbeeld door periodiek de selectiecriteria te beoordelen die worden gebruikt bij het aangaan van het huurcontract. Mogelijk kan ook een minimale gebruikstijd aan de eisen worden toegevoegd: het beeld bestaat namelijk dat bepaalde ruimten slechts enkele uren per week actief worden gebruikt, terwijl tegelijkertijd

andere creatieven staan te springen om die ruimte te gebruiken. Deelgebruik van ruimtes is dan een kansrijke optie om het aanbod te vergroten.

De **gemeente** kan haar rol kan op twee manieren invullen. In de eerste plaats in de vorm van actief vastgoedbeleid door inzet van gemeentelijk vastgoed en/ of aankoop c.q. financiering van vastgoed ten behoeve van bestaande aanbieders van huisvesting. In de tweede plaats indirect door eigenaren van mogelijk geschikte panden te benaderen hun vastgoed in te zetten voor (tijdelijke) huisvesting van de sector. Het gaat dan bijvoorbeeld om eigenaren van leegstaande bedrijfspanden op bedrijventerreinen, waar mogelijk sprake is van een laagdrempelig verdienmodel (een lage huurprijs levert meer op dan leegstand).

In het onderzoek naar de meerwaarde en huisvesting van de creatieve sector voor de stad Utrecht is een aantal instrumenten benoemd om de beschikbaarheid en betaalbaarheid van huisvesting en de doorstroming van ondernemers te bevorderen.¹ Het grootste deel van dergelijke instrumenten is naar verwachting ook toepasbaar in Arnhem, een deel wordt reeds ingezet. Gebruik kan gemaakt worden van:

- De omgevingsvisie en het omgevingsplan;
- Sectoraal beleid voor de creatieve industrie
- Stedenbouwkundige Programma's van Eisen voor bepaalde, te (her)ontwikkelen gebieden;
- MVO- of andere eisen in aanbestedingen;
- Het aanwenden van gemeentelijk vastgoed;
- Subsidiëring, zoals een realisatiesubsidie;
- Borgstellingsfonds;
- Instellen van een broedplaatsenloods (een platform waarop alle vraag en aanbod van dit soort ruimtes in Arnhem samen komt).

¹ In bijlage 8 bij deze rapportage is een globale omschrijving opgenomen van de werking van deze instrumenten.



- Het vestigen van voorkeursrecht
- Aankoop van panden

B. Zorg voor vaste concepten met een community factor, maar blijf ook tijdelijke huisvesting faciliteren

De sector heeft kwalitatief gezien behoefte aan zekerheid over de huurtermijn en aanwezigheid van andere creatieven in de directe omgeving.

De onzekerheid over hoe lang een ruimte kan worden gebruikt zorgt voor discontinuïteit in de bedrijfsvoering, mentale druk bij de huurder en het uitblijven van investeringen in het pand en de omgeving. Gevolg is dat de gebruikers niet optimaal kunnen functioneren. De uitdaging is een groter deel van het aanbod aan huisvesting voor een langere termijn en waar mogelijk voor vast aan te bieden.

Dit staat op gespannen voet met het feit dat een flink deel van de ruimtes juist beschikbaar is vanwege dat tijdelijke gebruik, waarbij de creatieve sector wordt gehuisvest als overbrugging tussen een oude en nieuwe situatie. Wat daarin tot nog toe buiten beeld blijft, is de meerwaarde die de vestiging van de sector in een gebied creëert. Van dit verdienmodel kan meer gebruik gemaakt worden. In veel gevallen blijkt de aanwezigheid van de creatieve en culturele sector een waardevermeerderend effect te hebben op het gebied. Deze waardevermeerdering kan verdisconteerd worden in de exploitatie van het gebouw en het gebied, en hiermee de huisvesting voor de sector een vaster karakter te geven. Door meer vastigheid verbetert voor creatieven de continuïteit in de bedrijfsvoering en raken ze meer verbonden met de plek waar ze zijn gevestigd. Meer vastigheid vergroot ook de mogelijkheden voor interactie met andere ondernemers en de omliggende bewoners en gebruikers, om gezamenlijke initiatieven te ontplooiën en de bereidheid om (gezamenlijk) te investeren in beheer en onderhoud van het pand.

Naast meer zekerheid over de huurtermijn, is de community-omgeving waarin uitwisseling met andere culturele en creatieve bedrijven kan plaatsvinden, belangrijk voor de sector. Vaste of langdurig beschikbare plekken zijn daar een voorwaarde voor, net als een plek waar meerdere ondernemers dicht bij elkaar, liefst in hetzelfde gebouw, gevestigd zijn. Als aan deze voorwaarden wordt voldaan, is de sector ook bereid andere eisen (zoals locatie) deels te laten varen, zo blijkt uit ons onderzoek.

Aanbieders van huisvesting en ontwikkelaars kunnen elkaar hierin vinden; ze hebben immers een gezamenlijk belang bij langdurige beschikbaarheid van huisvesting c.q. aanwezigheid van creatieven in een gebied.

Naast vaste concepten blijft het belangrijk tijdelijke huisvesting te faciliteren en zo goed mogelijk te benutten (zie ook aanbeveling A). Tijdelijkheid is voor creatieven niet altijd ideaal, maar in de praktijk wel cruciaal voor de sector. Het zorgt voor veel massa (een groot deel van de sector is in tijdelijke panden gehuisvest), voor een betaalbare prijs.



Coehoorn Centraal is een voorbeeld van een aantal verzamelpanden waarin de sector zelf ook investeert en een community-effect ontstaat

C. Maak onderscheid in doelgroepen, maar zorg tegelijkertijd voor integratie

De creatieve en culturele sector is veelzijdig: van architect tot beeldhouwer, van schrijver tot ontwerper, van reclamebureau tot fotograaf. In elke beroepsgroep zijn er starters, start-ups en grown-ups, succesvolle en minder succesvolle ondernemers. Een deel van de beroepsgroepen heeft zeer specifieke huisvestingswensen, een deel van de beroepsgroepen heeft voldoende aan een bureau en goede internetverbinding.

Het onderzoek laat zien dat een aantal beroepsgroepen met voldoende verdienvermogen en weinig specifieke huisvestingseisen, vrij gemakkelijk en kort na oprichting, terecht kan in de reguliere markt voor bedrijfshuisvesting. Denk aan reclame- en communicatiebureaus, architecten en PR-bureaus. Beroepsgroepen aan de andere kant van het spectrum (weinig verdienvermogen, specifieke huisvestingseisen) zijn beeldhouwers en andere beeldend kunstenaars, podiumkunstenaars, muzikanten en sommige productontwerpers.

Het is relevant om in de toegankelijkheid en exploitatie van huisvesting, waar mogelijk onderscheid te maken naar doelgroep: de huurlasten zouden gekoppeld kunnen worden aan het verdienvermogen van de gebruiker. Een voorbeeld hiervan is het systeem van omzetgerelateerde huren. Dergelijke constructies worden op een aantal plekken in het land toegepast bij bijvoorbeeld de verhuur van maatschappelijk vastgoed, pop-upshops in leegstaande winkelpanden en bepaalde bedrijfsverzamel panden².

² Voorbeelden: Klokgebouw in Eindhoven (bedrijfsverzamel pand en incubator), Scheltemacomplex in Leiden (cultureel centrum met horeca), en diverse pop-upstores, onder andere in Groningen met het JOP (Jonge Ondernemers Plan).

Er zijn verschillende redenen om dit systeem toe te passen. In de eerste plaats omdat hiermee min of meer oneigenlijke situaties worden voorkomen. Namelijk, dat zowel een goed verdienend bedrijf als een bedrijf dat met moeite het hoofd boven water kan houden, dezelfde (gesubsidieerde) huurkosten betalen. In de tweede plaats omdat zodoende een beter verdienmodel voor de huisvesting ontstaat, doordat van goed verdienende bedrijven marktconforme huren worden gevraagd en zij zodoende indirect de huisvesting van minder goed verdienende bedrijven financieren. En in de derde plaats omdat verschillende typen bedrijven op deze wijze in één pand kunnen worden geplaatst en tot interactie kunnen komen. Dit biedt weer kansen voor toelevering en ontplooiing van bedrijven, wat vooral voor bedrijven interessant is die moeite hebben om hun talent naar de markt te brengen. Differentiatie naar draagkracht zorgt voor integratie en economische meerwaarde.

Omzetgerelateerde huren zorgen voor een beter verdienmodel voor aanbieders van huisvesting, in het geval de hogere administratieve lasten worden gecompenseerd door extra inkomsten. Voor ontwikkelaars kunnen omzetgerelateerde huren ervoor zorgen dat de meerwaarde van de aanwezigheid van de creatieve sector in een gebied (zie ook aanbeveling A), verder wordt vergroot. De kosten-batenverhoudingen worden immers gunstiger als de gemiddelde huur hoger ligt.





Klarendal

D. Faciliteer de sector vanuit de gedachte van ecosystemen

Creatieven en aanbieders van huisvesting waarderen de actieve rol van de gemeente in het stimuleren van de creatieve en culturele sector. Het beeld is echter dat de gemeentelijke inzet is versnipperd. Er kan meer worden bereikt als de incidentele subsidies en stimuleringsgelden van de gemeente maar ook van andere partijen worden gebundeld, consistent en gericht wordt ingezet.

Kunstenaars en culturele instellingen gaan steeds meer en vaker nieuwe verbindingen aan: over de grenzen van disciplines heen, met andere sectoren of dwars door de traditionele productie- en afnameketen heen. In de evaluatie van het cultuurbeleid³ komt naar voren dat het gemeentelijk subsidiebeleid hier niet op voorbereid is: de beoordeling van subsidies is nog verkokerd en niet berekend op cross-overs. Ook uit ons onderzoek blijkt dit. Zo kwam in de panelgesprekken naar voren dat het voor creatieven moeilijk is in te schatten of te verklaren is waarom het ene initiatief wél op financiële ondersteuning kan rekenen en andere initiatieven niet.

Of het nou gaat om initiatieven op gebied van huisvesting of een productie, voor creatieven draagt dit allemaal bij aan één doel: versterking van (het vestigingsklimaat van) de sector. Goede, betaalbare, beschikbare huisvesting is belangrijk voor het vestigingsklimaat, maar is niet het enige. Gelukkig kan de sector in Arnhem ook veel andere initiatieven ontplooien, zodat een creatief ecosysteem ontstaat. Het beeld is echter dat dit ecosysteem nóg beter kan functioneren als verschillende ondersteuningsvormen (subsidie, maar ook inzet in natura) meer als één samenhangend geheel worden gebracht.

³ Zie ook de tweede impuls die wordt voorgesteld in de evaluatie van het Arnhemse cultuurbeleid - Arnhem Stroomt Door, Tussenevaluatie cultuurbeleid 2012-2016, Gemeente Arnhem, 2016

Er zijn verschillende ecosystemen te onderscheiden binnen de creatieve sector. Er is een ecosysteem podiumkunsten te onderscheiden, een ecosysteem voor innovatieve productontwikkeling (waarbij verschillende disciplines samenkomen, ook buiten de creatieve en culturele sector, zoals productontwerp, communicatie, maar ook R&D van bijvoorbeeld Akzo). De aanbeveling is enkele ecosystemen te kiezen en deze integraal te ondersteunen en uit te dragen.⁴

Ondersteuning van een ecosysteem hoeft niet te gaan om grote bedragen, maar het voorziet wel in helderheid richting de sector en sluit beter aan bij de moderne creatieve sector waar die cross-overs veelal worden gezocht. Zo kan de sector ook beter zichtbaar worden in de stad en dat leidt weer tot meer draagvlak voor de inzet van de gemeente op deze sector. Een win-winsituatie. Bovendien is de verwachting dat de propositie van Arnhem als creatieve stad verbetert door gericht in te zetten op het ontwikkelen van coherente ecosystemen. Dit vergroot de kansen om aanspraak te maken op geld- en subsidiestromen van andere derden. Deze kunnen vervolgens weer ingezet worden voor versterking van het ecosysteem.

⁴ Dat kan, naast huisvesting, door *innovatie en interactie* te bevorderen door bijvoorbeeld actief creatieve ondernemers met ander bedrijfsleven te verbinden; het versterken van het *netwerk* in het ecosysteem (van creatieven en anderen) en dit ook uit te dragen; en waar nodig de verbinding met het onderwijs te zoeken. Voorbeelden van succesvolle ecosystemen zijn vooral te vinden buiten de creatieve sector: bijvoorbeeld High Tech in Eindhoven.



Aanleiding onderzoek

De creatieve en culturele sector is belangrijk voor Arnhem. De stad staat bekend als plek waar mode en vormgeving floreert, maar huisvest ook andere disciplines van deze heterogene sector. De sector is zo groot, dat Arnhem een plek heeft in de G9 van cultuursteden.

Het optimaal faciliteren van de culturele en creatieve sector is daarom een belangrijk speerpunt voor de stad. Er zijn signalen dat de beschikbaarheid van huisvesting voor de sector in Arnhem, net als in veel andere steden, onder druk staat: de werkgelegenheid in de sector groeit, de wachtlijsten voor huisvesting lopen op, het tijdelijke aanbod neemt af en de groei van nieuw aanbod vlakt af. Tegelijkertijd is er nog weinig zicht op wat precies de huisvestingswensen van de sector zijn, wat het aanbod is en hoe deze zich kwantitatief en kwalitatief tot elkaar verhouden.

De gemeente Arnhem heeft Bureau BUITEN gevraagd onderzoek te doen naar de huisvestings situatie van de creatieve en culturele sector in Arnhem. Vragen voor het onderzoek zijn:

- Past de aard en omvang van het huidige huisvestingsaanbod bij de grootte, kenmerken en behoeften van de culturele en creatieve sector in Arnhem?
- Hoe verhoudt het totale aanbod in Arnhem zich tot andere (G9) steden?
- Kunnen we het aanbod 'duiden' naar relevante kenmerken?
- Welke aanbod kenmerken zijn relevant om op te segmenteren?
- Is er een segment waarop Arnhem achterloopt, en zo ja, in welke mate?
- Welk aanbod wordt door de markt opgepakt, en voor welke is een gemeentelijke rol weggelegd?

Onderzoeksaanpak: enquête, gesprekken en data-analyse

Om deze vragen te kunnen beantwoorden, hebben we in samenwerking met de afdeling informatie van de gemeente een enquête opgesteld, getest en uitgezet onder alle ondernemers in de sector. Alle 2.642 ondernemers die in de gehanteerde definitie van de culturele en creatieve sector vallen⁵ zijn benaderd. Dit heeft tot een respons geleid van 639, oftewel 25% netto respons⁶. De hoge respons kan gezien worden als een indicatie van hoe het onderwerp leeft in Arnhem. Om tot reflectie op en duiding van de resultaten te komen zijn de tussenresultaten besproken in twee panelgesprekken, met in totaal 21 deelnemende ondernemers in de sector.

Daarnaast zijn er gesprekken gevoerd met enkele sleutelfiguren: aanbieders van huisvesting (SLAK, Volkshuisvesting, IPKW, Coehoorn Centraal en een makelaar) en ARTEZ. Tot slot hebben we als onderdeel van het onderzoek een data-analyse uitgevoerd van de culturele en creatieve sector in Arnhem en het aanbod aan huisvesting voor de sector.

Een uitgebreide onderzoeksverantwoording is opgenomen in het bijlagenrapport, net als een integrale weergave van de enquête en de resultaten daarvan en de aanwezigen bij de panelgesprekken.

Leeswijzer

In deze beknopte weergave van het onderzoek komen de belangrijkste conclusies uit het onderzoek aan bod, in vijf uitspraken en vier aanbevelingen. We vatten de conclusies kort samen in hoofdstuk 6.

Separaat is een bijlagenrapport opgesteld met onderzoeksverantwoording: enquête, uitslag van de enquête, gehanteerde definitie, bronvermelding en gesprekspartners (in interviews en panelgesprekken).

⁵ Definitie gebaseerd op de definitie van TNO. Voor de gehanteerde definitie, zie bijlage 6

⁶ In onze praktijk is een respons van 15% gangbaar



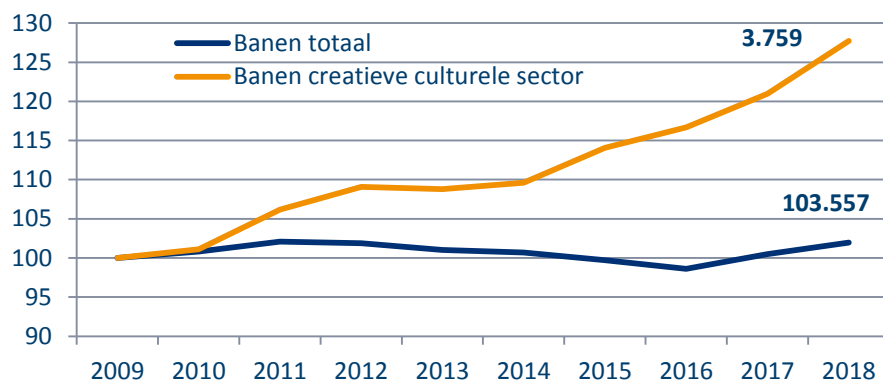
1 De creatieve en culturele sector in Arnhem groeit en is fijnmazig over de stad verspreid

Het belang van de creatieve sector neemt toe

De creatieve en culturele sector doet het goed in Arnhem en zelfs beter dan andere sectoren. Dat is zichtbaar in een aantal ontwikkelingen:

- In 2018 bestond 3,6% van de werkgelegenheid in Arnhem uit banen in de creatieve en culturele sector. Het belang van de sector neemt sterk toe. De werkgelegenheid in de creatieve industrie groeide in de afgelopen 10 jaar (2009-2018) met 28%. De groei van de werkgelegenheid in de totale economie van Arnhem was met 2% aanzienlijk minder sterk.
- De groei van de creatieve sector zwakte vanaf 2012 wat af en maakt sinds 2014 weer een forse groei door. De totale economie van Arnhem groeit pas weer vanaf 2016 (figuur 1.1).

Figuur 1.1: Ontwikkeling werkgelegenheid (indexcijfers) in Arnhem (2009 = 100)

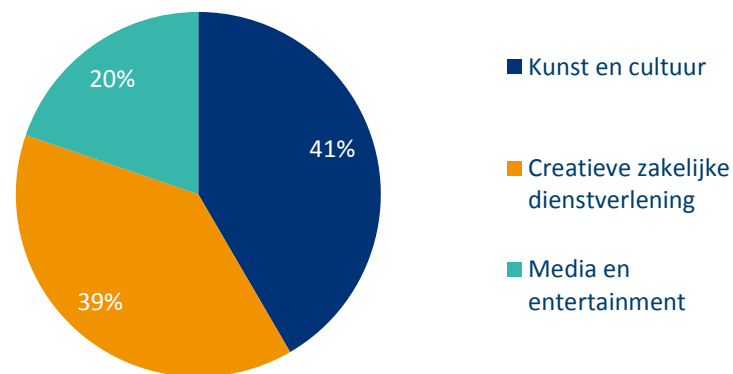


Ontwikkeling deelsectoren onstuimig, sinds 2016 in alle deelsectoren groei

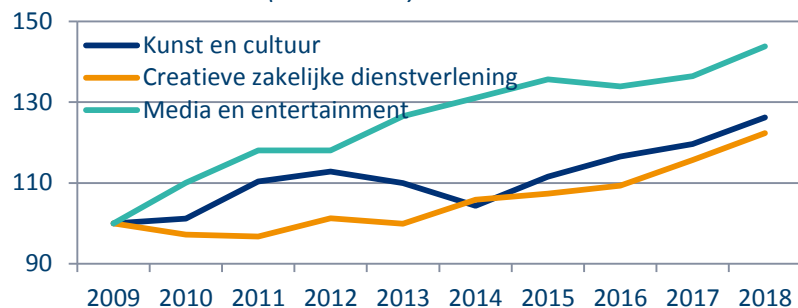
Binnen de sector zijn verschillen zichtbaar tussen de deelsectoren:

- Met 41% van de werkgelegenheid is de deelsector Kunst en cultuur het meest omvangrijk, gevolgd door Creatieve zakelijke dienstverlening (39%) en Media en entertainment (20%; figuur 1.2).
- In de periode 2009-2018 ontwikkelde de deelsector Media en entertainment zich qua werkgelegenheid het sterkst met 44%, gevolgd door Kunst en cultuur (26%) en Creatieve zakelijke dienstverlening (22%; figuur 1.3).
- De deelsector Media en Entertainment is het meest constant gegroeid. De ontwikkeling van de Kunst en cultuur is grilliger: deze deelsector zag een sterke stijging in 2010 en een forse daling in 2012, de sector is vanaf 2014 weer aan het groeien. De creatieve zakelijke dienstverlening kende tot 2016 een redelijk vlakke ontwikkeling, de sector groeit inmiddels steeds harder.

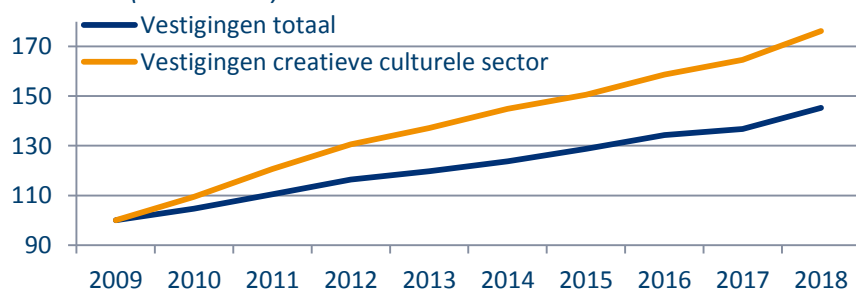
Figuur 1.2 Opbouw werkgelegenheid creatieve sector Arnhem (2018)



Figuur 1.3 Ontwikkeling werkgelegenheid (indexcijfers) creatieve deelsectoren Arnhem (2009 = 100)



Figuur 1.4: Ontwikkeling aantal vestigingen (indexcijfers) van ondernemingen in Arnhem (2009 = 100)



Sterke groei van het aantal creatieve ondernemingen, grote groep met zzp'ers

Niet alleen de werkgelegenheid nam flink toe, vooral ook het aantal bedrijven in de creatieve en culturele sector groeide:

- Het aantal vestigingen in de creatieve en culturele sector in Arnhem groeide tussen 2009 en 2018 met 76%. In de volle breedte van de economie is deze stijging slechts 45%. In 2019 is 80% van de ondernemers in de creatieve en culturele sector zzp'er.
- De stijging van het aantal bedrijven is aanzienlijk sterker dan de stijging van het aantal banen. Een trend die we ook (in mindere mate) in de rest van de economie zien.

Creatieve en culturele sector in de G9

De monitor Creatieve Industrie Nederland (Immovator, 2017) laat zien dat er binnen de G9 – de top 9 van de steden met een sterke aanwezigheid van creatieve industrie - verschillende specialisaties zijn. In Eindhoven en Rotterdam is de creatieve zakelijke dienstverlening (respectievelijk design, architectuur) relatief oververtegenwoordigd; terwijl in Groningen kunst en cultureel erfgoed en uitgeverijen relatief groot zijn. Media en entertainment komt veel voor buiten de traditionele G9 steden: Hilversum, Haarlemmermeer (m.n. persmedia) en Amersfoort. In Amsterdam is de creatieve sector in zijn geheel relatief gezien erg groot. Opvallend cluster is verder de fashion-logistiek in de regio Amsterdam.

De monitor laat ook zien dat in de persmedia, onder andere door digitalisering, een sterk dalende trend is. Ook traditionele media als tv heeft het relatief zwaar: in Hilversum, waar dit vrijwel de enige vertegenwoordiging is van de creatieve sector, daalde de werkgelegenheid de afgelopen 10 jaar.

Toch groeide de creatieve sector landelijk over de gehele, meest recent gemeten periode (2005-2015), met zo'n 2,3% per jaar.

Absoluut is Amsterdam de grootste werkgever voor de creatieve industrie, met 90.000 banen in de regio. Dat is zo'n 18,5% van het totaal aantal banen in de sector in Nederland: 486.000.

G9 en Arnhem

- De creatieve en culturele sector groeit in Arnhem sterker dan gemiddeld in de G9.
- Arnhem heeft, in vergelijking met bijvoorbeeld Eindhoven en Rotterdam, geen duidelijke 'specialisatie' in de sector. De sector in Arnhem is dus over de volle breedte sterk.

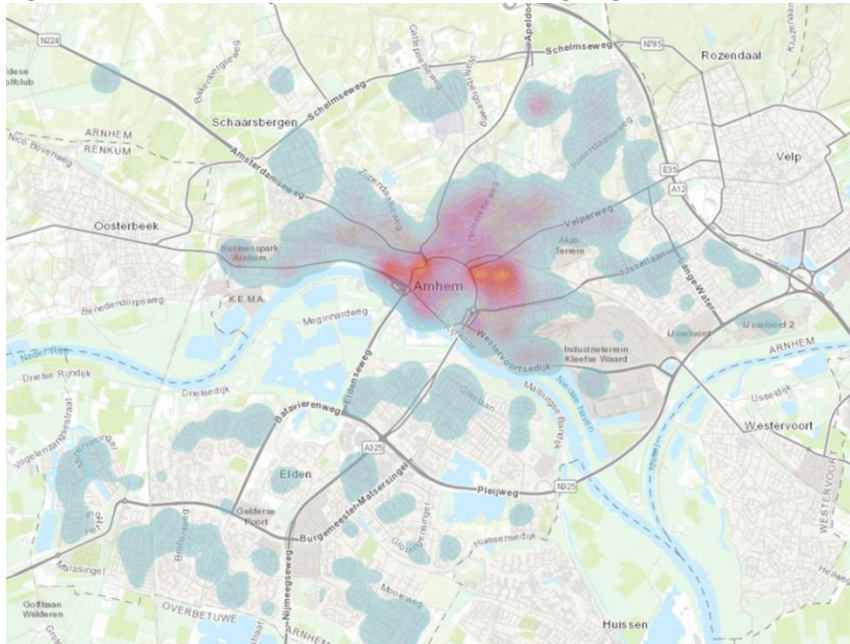


De sector is met name gevestigd in het centrum en in woonwijken

Opvallend is dat de creatieve en culturele sector fijnmazig is verspreid:

- De creatieven zijn verspreid gevestigd over de stad: in het centrum, in woonwijken en op enkele bedrijventerreinen (figuur 1.5).
- De grootste concentraties van werkgelegenheid zijn te vinden in het Spijkerkwartier en het Coehoorgebied nabij Arnhem Centraal.
- Veruit de meeste werkgelegenheid in de creatieve en culturele is gesitueerd in Arnhem-Noord.

Figuur 1.5 Hittekaart van de concentratie werkgelegenheid in de sector



Het merendeel van de sector is gevestigd in of aan huis

- In Arnhem is 46% van de sector gevestigd aan huis. De Creatieve Zakelijke dienstverlening is met 49% het vaakst in of aan huis gevestigd. Gevolgd door bedrijven in de deelsector Media en entertainment (48%) en Kunst en cultuur (39%). ZZP'ers zijn relatief iets vaker aan huis gevestigd (49%).
- Bedrijfsverzamelgebouwen zijn ook in trek, 30% is gehuisvest in een bedrijfsverzamelgebouw.

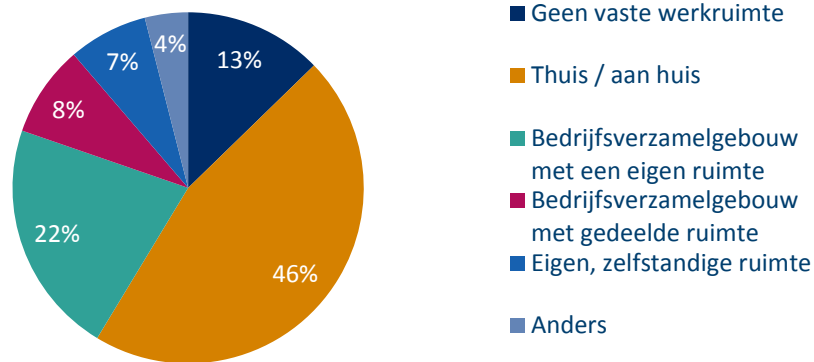


Coehoorn Centraal

Omvang, kosten en tevredenheid per deelsector is diffuus

- De gemiddelde vierkante meterprijs die wordt betaald ligt per deelsector dicht bij elkaar. Respondenten uit de deelsector Kunst en cultuur betalen gemiddeld minder per meter dan in de andere twee deelsectoren.
- De gemiddelde omvang van de ruimtes loopt per deelsector erg uiteen. De meeste respondenten beschikken over een ruimte niet groter dan 50 m².

Figuur 1.6 Huidige huisvesting (n=629)



Kwalitatieve belang van de creatieve en culturele sector

Kwantitatieve studies hebben laten zien dat de creatieve industrie doorgaans harder groeit dan de economie als geheel. Dat is ook in Arnhem het geval. De groei van het aantal banen en vestigingen zijn echter lang niet altijd de belangrijkste factor om de meerwaarde van een sector te duiden. De creatieve en culturele sector heeft bijvoorbeeld het onderscheidend vermogen om wijken en buurten op de kaart te zetten en een proces van meerwaardecreatie op gang te brengen. Uit het onderzoek van Bureau BUITEN over de creatieve industrie in Utrecht, worden een aantal voorbeelden in Nederland beschreven waarbij de creatieve industrie met succes wordt ingezet als aanjager van gebiedstransformaties of revitalisering.

Volgens het topsectorenbeleid is de creatieve industrie bovendien een onmisbare schakel in het geven van antwoorden op grote maatschappelijke vraagstukken en het bieden van een zinvolle betekenis aan nieuwe technologische mogelijkheden.

2 Het aanbod is divers, veelal tijdelijk en lastig in beeld te brengen

De creatieve en culturele sector is heel divers en dat is ook terug te zien in de huisvesting. Een groot deel (59%) van de sector werkt, noodgedwongen of niet, vanuit huis of heeft geen vaste werkplek⁷. Het overige deel maakt gebruik van diverse andere vormen van huisvesting: commerciële bedrijfsruimten, kantoren en winkelruimtes, verzamelkantoren, broedplaatsen en incubators, zelfstandige ateliers of werkruimten, atelierwoningen of leegstandsbeheer in verschillende vormen. Anderen werken vooral op locatie: bij de opdrachtgever, in de koffiezaak of flexwerkplek.

Divers aanbod van huisvesting...

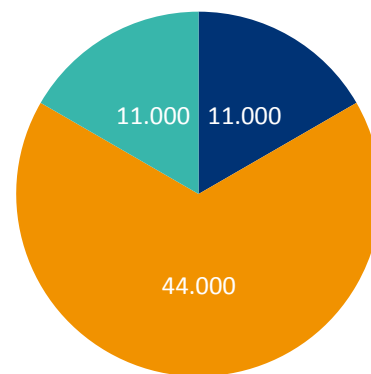
Een klein deel van de ondernemers is gehuisvest in panden die specifiek voor de creatieve sector zijn bedoeld⁸. Er zijn naast grotere aanbieders zoals SLAK en Volkshuisvesting, ook talrijke andere, kleinere initiatieven specifiek gericht op de creatieve en culturele sector. Ondernemingen in de culturele en creatieve sector zijn daarnaast ook gevestigd in gebouwen die niet specifiek voor de sector huisvesting aanbieden. Het aanbod aan huisvesting voor de sector laat zich dus niet zo makkelijk typeren en in beeld brengen. Op basis van een inventarisatie van de gemeente m.m.v.

SLAK en Volkshuisvesting is een lijst opgesteld, waarin grofweg onderscheid is gemaakt in drie typen huisvesting:

- Bedrijfsverzamelgebouwen
- Eigen, zelfstandige ruimten
- Overige ruimten, zoals combinaties van woningen en ateliers en winkels.

We schatten in dat de voorraad bedrijfshuisvesting voor de creatieve en culturele sector in Arnhem op dit moment ongeveer 66.000 m² bedraagt. Tweederde daarvan bevindt zich in verzamelgebouwen. In totaal gaat het om 173 panden, zowel grote als kleine panden. In bijlage 6 is een volledig overzicht van het in dit onderzoek gehanteerde aanbod opgenomen.

Figuur 2.1: Aanbod huisvesting zoals meegenomen in dit onderzoek, in m² en aantallen panden.



■ overige ruimten ■ verzamelgebouwen
■ zelfstandige ruimten

	aantal panden
overige ruimten	70
verzamelgebouwen	71
zelfstandige ruimten	32
totaal	173

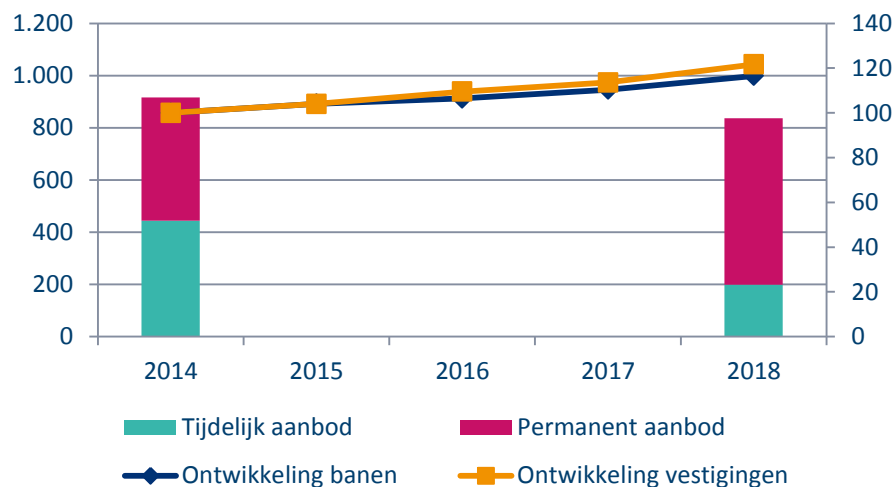
Bron: Gemeente Arnhem, Volkshuisvesting, bewerking Bureau BUITEN

⁷ Vergelijkbaar met de situatie in Utrecht: 52% van de creatieve ondernemers werkt daar vanuit huis.

⁸ Hoe groot dat deel is, weten we niet exact. Zie ook de onderzoeksverantwoording (bijlage 1)

Figuur 2.2.⁹ geeft een indicatief beeld van de ontwikkeling van het aanbod versus de ontwikkeling van het aantal vestigingen in de creatieve en culturele sector. Het laat zien dat het aanbod ten opzichte van 2014 is afgenomen, terwijl de sector groeit.

Figuur 2.2 Ontwikkeling van het aanbod in aantal ruimtes uitgesplitst naar permanent en tijdelijk, t.o.v. de relatieve ontwikkeling van het aantal banen en vestigingen in de creatieve en culturele sector (indices, 2014=100)⁹



Bron: Gemeente Arnhem, Provincie Gelderland, bewerking Bureau BUITEN

⁹ Er zijn belangrijke kanttekeningen bij het figuur te plaatsen: 1) het aanbod is in verhuurbare eenheden weergegeven, terwijl in de rest van het onderzoek vierkante meters worden gehanteerd. 2) Het figuur is gebaseerd op één historisch vergelijkbaar bestand (2014-2018); een bestand dat voor dit onderzoek voor het jaar 2018 is aangevuld om een reëler beeld van de situatie te geven. Voor 2014 is die aanvulling niet meer te maken. Voor 2018 geeft het slechts een deel van het aanbod weer; het bevat niet de aanvulling die in dit onderzoek is gedaan, bestaande uit o.a. flexibele kantoorconcepten en enkele panden van Volkshuisvesting (zie ook bijlage 6).



Huisvesting in Spijkerviertel (boven) en de Transformatier (onder)

...van veel verschillende aanbieders, die mogelijk niet allemaal in beeld zijn

De twee grootste aanbieders van huisvesting zijn Volkshuisvesting (woningcorporatie) en SLAK (stichting Atelierbeheer). Woningcorporaties Portaal en Vivare hebben beiden ook enkele panden voor de creatieve en culturele sector. Gezamenlijk zijn deze partijen verantwoordelijk voor 122 van de 173 panden. De andere 51 panden zijn commerciële panden of in handen van stichtingen of collectieven zoals Coehoorn Centraal, IPKW of Arnhems Buiten¹⁰. Uit de panelgesprekken kwam naar voren dat er ook ondernemers zijn die zelf een initiatief zoals een broedplaats hebben opgezet. Alle ruimten van SLAK worden gevuld door de creatieve en culturele sector; datzelfde geldt voor de panden van Volkshuisvesting die zijn opgenomen in de lijst (o.a. de Transformatie) en initiatieven als Coehoorn Centraal. Van de commerciële verzamel panden is minder goed bekend of deze geschikt zijn voor de creatieve sector. Voor deze panden is een inschatting gemaakt van het gebruik door creatieve en culturele ondernemers. SLAK en Volkshuisvesting zijn gefocust op specifieke delen van de sector: SLAK verhuurt voor het grootste deel (50-60%) aan de subsector Kunst en cultuur; Volkshuisvesting heeft juist een groot aandeel in het modekwartier. In figuur 2.4 is de spreiding van de panden in Arnhem weergegeven.

Tijdelijkheid is de norm

Slechts een klein deel van de beschikbare panden is permanent of exclusief beschikbaar voor de creatieve en culturele sector. Aanbieder SLAK geeft aan dat 70% van de panden die zij aanbiedt, tijdelijk is. Dat kunnen huurcontracten zijn variërend van een half tot 5 jaar. Dit laat zien dat de tijdelijke panden een belangrijke functie hebben in de huisvesting van de sector. De tijdelijke panden voorzien kwantitatief in een grote behoefte. Ook zijn tijdelijke panden relatief betaalbaar.

¹⁰ SLAK heeft ook panden in beheer van woningcorporaties, stichtingen en collectieven.



Huisvesting van Volkshuisvesting in Klarendal

Er is concurrentie met andere bedrijfstakken

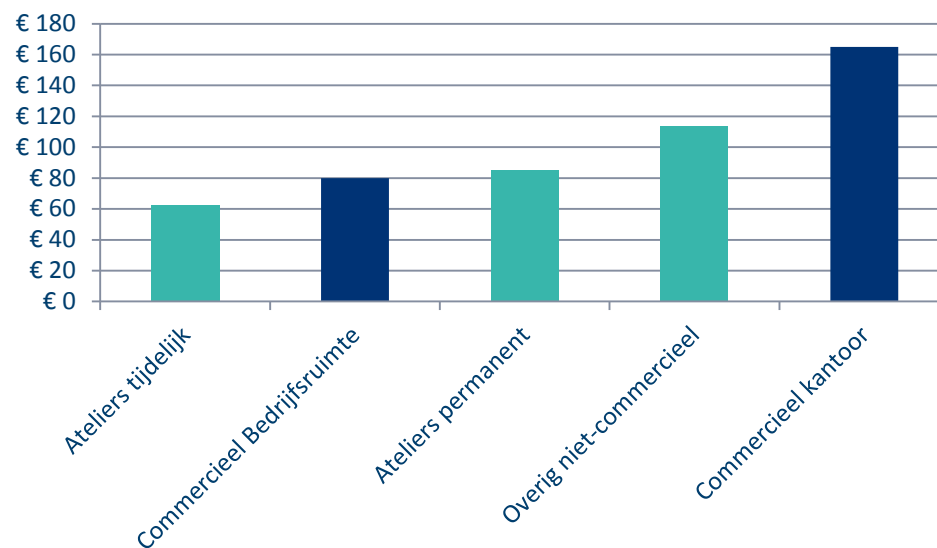
Een groot deel van de commerciële bedrijfsruimten en flexibele kantoorconcepten, waarvan bekend is dat ook de creatieve en culturele sector er is gehuisvest, staan ook op reguliere makelaarsites. De ruimten zijn dus beschikbaar voor verhuur aan ondernemers uit andere bedrijfstakken.

Commerciële en niet-commerciële ruimten verschillen niet altijd sterk in prijs

De huurprijzen variëren van 25 tot 165 euro per m² per jaar (inclusief). Prijsverschillen zijn dus groot. Tijdelijke ateliers van SLAK liggen qua prijsniveau het laagst, gevolgd door bedrijfsruimten op bedrijventerreinen en permanente ateliers van SLAK. Commerciële kantoorruimte is met 165 euro per m² verreweg de duurste optie. Opvallend is dat permanente ateliers qua prijs nauwelijks verschillen van de bedrijfsruimten op bedrijventerreinen en dat andere niet-commerciële ruimten gemiddeld zelfs duurder zijn. Uit de panelgesprekken maken we echter op dat creatieven nauwelijks gebruik maken van deze commerciële bedrijfsruimten. Mogelijk dat commerciële bedrijfsruimten op bedrijventerreinen minder aantrekkelijk zijn voor de sector vanwege secundaire voorwaarden, zoals huurvoorwaarden (borgsom, looptijd contract), servicekosten, beschikbaarheid, afwezigheid van andere creatieven en grootte van de ruimten. Een overzicht van de prijzen is opgenomen in figuur 2.3.¹¹

¹¹ De situatie verschilt per pand en hebben we niet voor elk pand in beeld. Bovendien zijn situaties soms lastig vergelijkbaar omdat voor niet-commerciële ruimten vaak met all-inclusive prijzen wordt gerekend en de kwaliteit lager is dan bij commerciële ruimten. Tot slot speelt bij commerciële ruimten mee dat kleinere ruimten / units per m² duurder zijn dan grotere ruimten. Tabel bevat geschatte prijzen per m² per jaar, opgesteld op basis van gesprekken en bureau-onderzoek (funda in business).

Figuur 2.3: Inschatting huisvestingslasten per type huisvesting, in euro's per m² per jaar

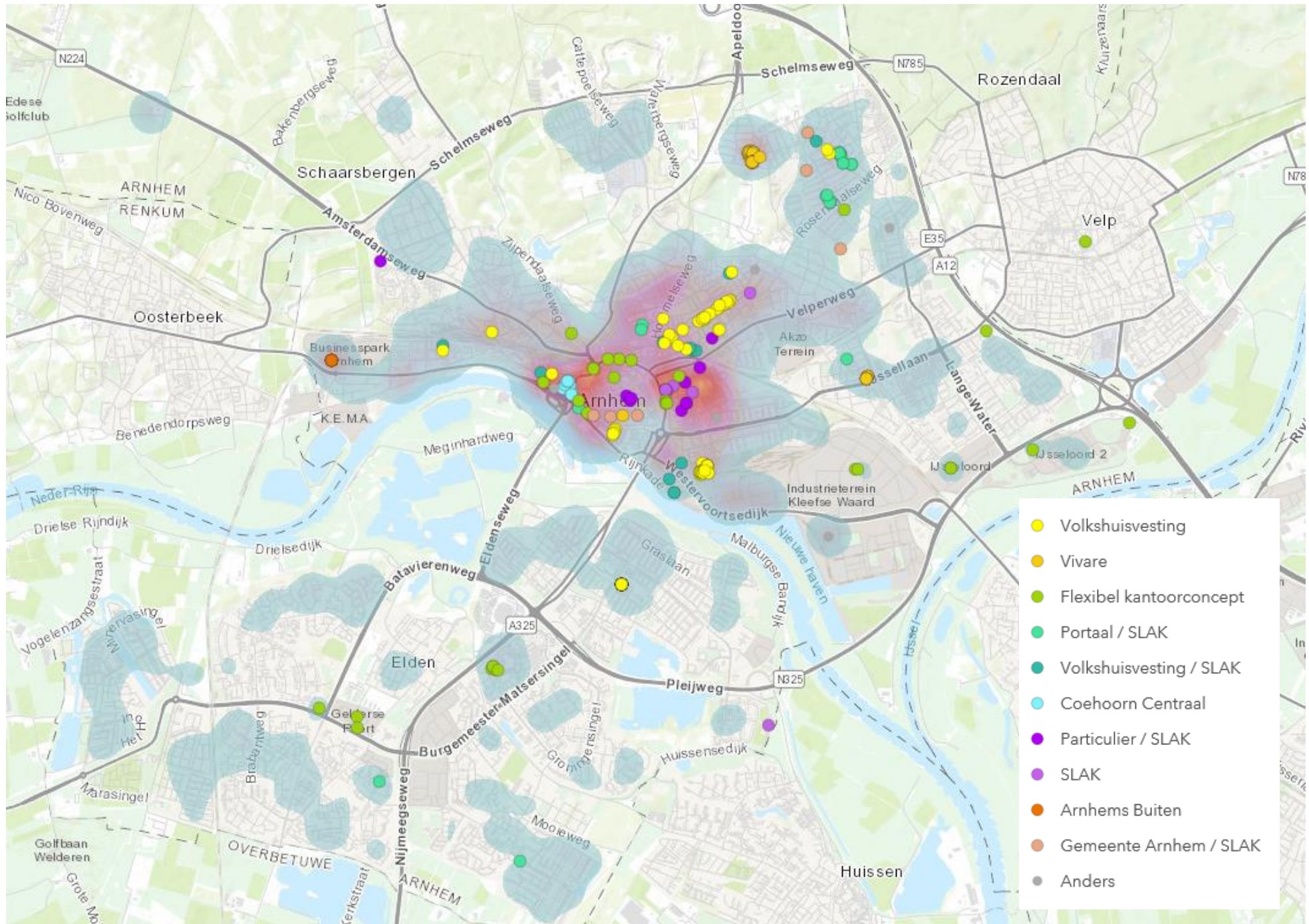


Bron: gesprekken met aanbieders en globale bureau-analyse fundainbusiness (momentopname april 2019).

Bezetting van de huisvesting is goed, maar niet volledig in beeld te brengen

Het beeld is dat de specifiek voor de creatieve en culturele sector bedoelde huisvesting, ook wordt gebruikt door de sector. SLAK, Coehoorn, IPKW en Volkshuisvesting hanteren een selectiecriterium waardoor naar schatting 95% van hun huisvesting wordt gevuld door ondernemers in de creatieve en culturele sector. Een deel van de sector huisvest zich in commerciële kantoor- of bedrijfspanden, panden van antikraak- of leegstandsbeheer. Er is geen volledig beeld van welke panden daarvan aan de vraag van de creatieve en culturele sector voldoen. Over de verhouding aanbod / bezetting van deze panden, is daarom niets te zeggen.

Figuur 2.4: verspreiding huisvesting over Arnhem (stippen), en concentratie ondernemers in de sector (vlekken, rood is hoge dichtheid)



3 De sector is tevreden met de huisvesting, maar toch wil een groot deel verhuizen

Tevredenheid hoog, zeker bij gebruikers van verzamelpanden

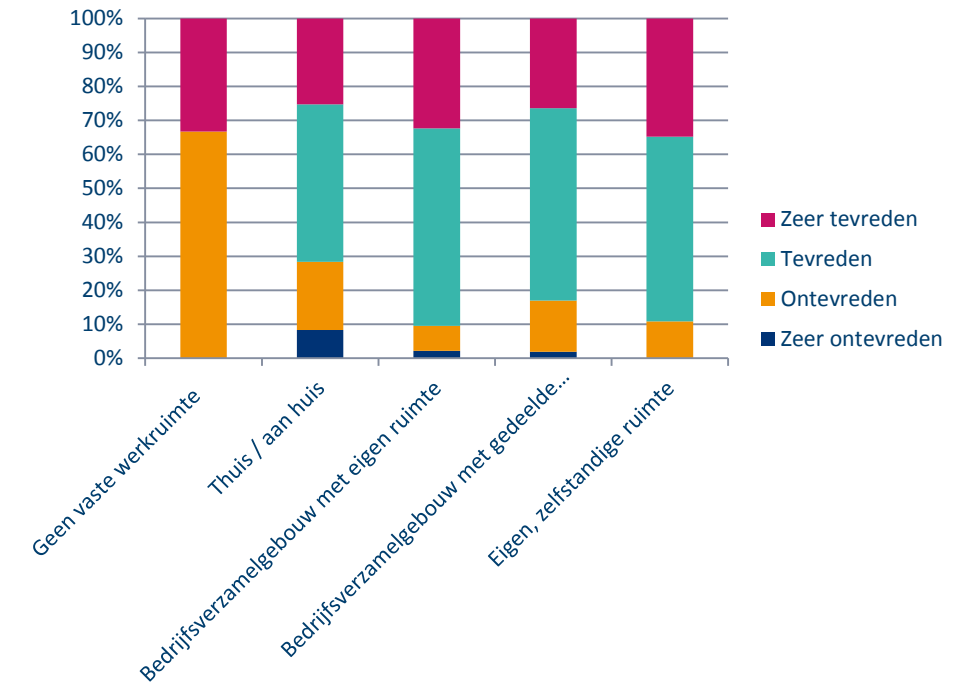
De creatieve en culturele sector is voor het overgrote deel tevreden met de huisvesting waarin zij nu gevestigd is. 78% van de respondenten is tevreden of zeer tevreden. We zien dat de sector kunst en cultuur gemiddeld iets minder vaak tevreden is met de huisvesting dan de andere delen van de creatieve en culturele sector. Dat geldt ook voor de creatieven die thuis werken en geen eigen huisvesting hebben. Opvallend is verder dat de ondernemers die een eigen ruimte hebben in een verzamelpand in maar liefst 90% van de gevallen tevreden of zeer tevreden zijn met hun huisvesting (zie figuur 3.1).

De creatieven die ontevreden zijn over hun huisvesting, noemen met name de omvang van de ruimte als zwak punt. Ook worden kwaliteit en faciliteiten van het pand regelmatig genoemd.

De helft van de creatieven wil verhuizen, een groot deel al snel

Opvallend is dat van alle respondenten, 37% aangeeft dat zij binnen nu en twee jaar voornemens zijn te verhuizen. Ruim de helft van de creatieven die aan huis is gevestigd wil graag verhuizen. Dat doet vermoeden dat een groot deel van de thuiswerkers dat noodgedwongen doet, uit financiële redenen of omdat ze geen andere huisvesting kunnen vinden. Bijna driekwart van de thuiswerkers die willen verhuizen, wil zich graag in een bedrijfsverzamelgebouw vestigen.

Figuur 3.1: Tevredenheid over de huisvesting, naar hoe de respondenten zijn gehuisvest



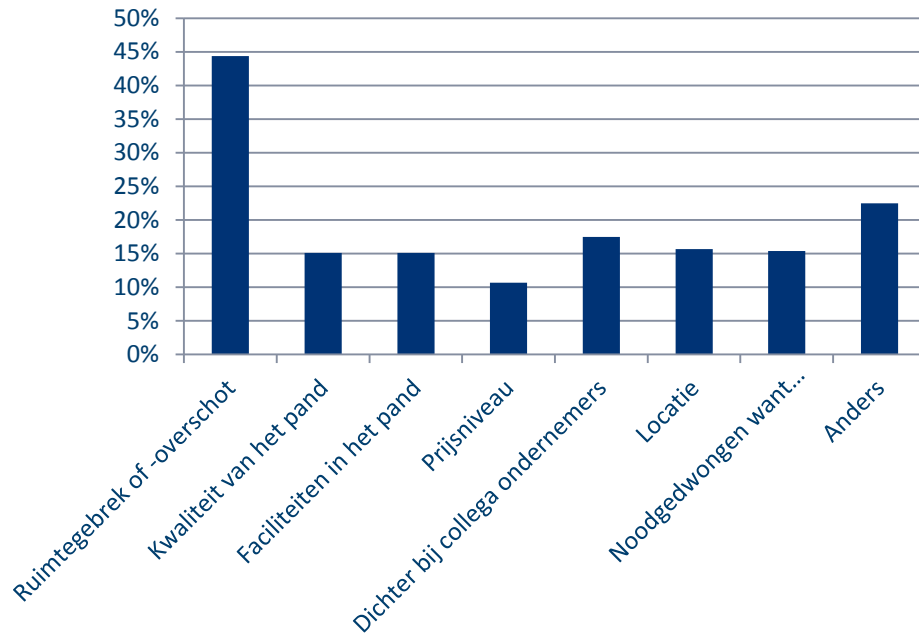
Ruim 16% van de respondenten is wel voornemens te verhuizen, maar dan tussen 2 en 5 jaar vanaf nu (2019). Ook in dat geval gaat het voor bijna de helft om aan huis gevestigden. We zien dat ruimtegebrek of –overschot de meest genoemde verhuisreden is (figuur 3.2). Verder worden diverse andere redenen genoemd, waaronder een aantal meerdere keren:

- scheiding van wonen en werken (of juist het combineren daarvan, of beperken van de reisafstand);
- het culturele klimaat van Arnhem in vergelijking tot andere steden (in deze gevallen gaat het om een verhuizing naar elders dan Arnhem);



- beperkingen in geluid / gebruikstijden van het pand
- diverse persoonlijke motieven.

Figuur 3.2: Verhuisredenen (percentage van de verhuizers dat deze verhuisredenen heeft ingevuld)



De verklaring voor de opvallende combinatie van hoge tevredenheid en hoge verhuiscens, moet gezocht worden in de combinatie geringe financiële middelen en een lage prijs voor huisvesting. Een groot deel van de creatieven heeft weinig te besteden en is blij dat het toch mogelijk is huisvesting te huren voor een laag bedrag. De verwachtingen van de huisvesting zijn daardoor laag. Maar als het even kan, willen ze wel iets beters.

Verhuiscens: grotere ruimte, liefst in verzamel pand, binnen Arnhem

De wens voor toekomstige huisvesting zijn als volgt samen te vatten:

- Twee typen ruimten kunnen op veel belangstelling rekenen: bedrijfsverzamel panden en volledig zelfstandige bedrijfsruimten. Vooral ondernemers die nu aan huis zijn gevestigd, of geen vaste ruimte hebben, willen naar deze panden. De ondernemers die nu al in de verzamel panden zitten dit type zijn gehuisvest, willen ook relatief minder vaak verhuizen;
- Verhuiscers willen vrijwel altijd vanwege een grotere ruimte verhuizen;
- Tweederde van de verhuiscers wil binnen Arnhem verhuizen; maar klein deel daarvan kijkt ook elders in de regio. Slechts 7% zoekt alleen buiten de regio Arnhem;
- Verhuiscers willen het liefst in een gemengde stadswijk zitten (1/3^e van de verhuiscers), gevolgd door de binnenstad.



Met name ondernemers die aan huis zijn gevestigd, willen vaker verhuizen. Bewoners van atelier- of kunstenaarswoningen, zijn echter vaak wel tevreden. Foto: atelierwoningen in de Druckerstraat.

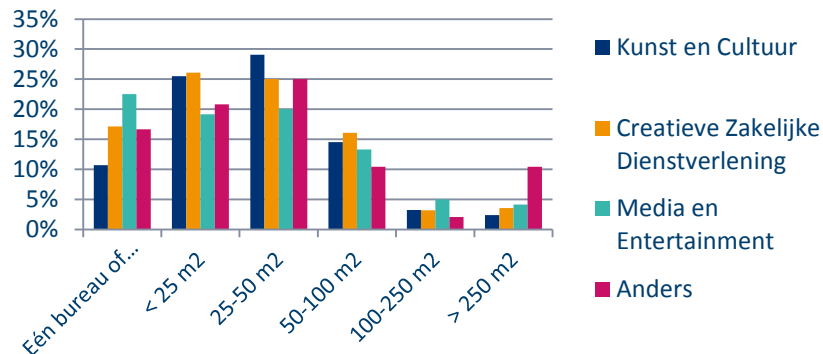
4 Met name de beeldende kunsten is een lastig te huisvesten doelgroep

Creatieven in de deelsector kunst en cultuur hebben relatief meer moeite geschikte huisvesting te vinden. Daar is een aantal redenen voor.

- **Het zijn kleine ondernemingen, met relatief veel ruimte per persoon**

De deelsector kunst en cultuur is nu gemiddeld iets groter gehuisvest dan de andere deelsectoren: absoluut gezien, maar zeker per arbeidsplaats bekeken. In figuur 4.1 is zichtbaar dat een relatief groot deel van de deelsector is gehuisvest in een ruimte groter dan 25 m². Bovendien zien we dat ondernemingen in kunst en cultuur gemiddeld vaker kleiner zijn: 92% van deze sector is ZZP'er tegenover ongeveer 83% in de andere deelsectoren.

Figuur 4.1: omvang huisvesting per sector



- **Hun activiteiten vragen om specifieke eisen qua huisvesting**

De kunst en cultuursector is divers van samenstelling: beoefening en productie van podiumkunsten, scheppende kunsten kunstgalerieën en expositieruimten en dienstverlening voor uitvoerende kunst. Zeker creatieven actief in de scheppende kunsten (49%, zo'n 560 ondernemers) stellen specifieke eisen aan de huisvesting. Beeldhouders zoeken bijvoorbeeld huisvesting met relatief veel ruimte, op de begane grond en met stevige vloeren (want zware spullen) en waar lawaai geen overlast oplevert. Daarbij zijn de respondenten wel realistisch: door deze specifieke eisen op pandniveau geven weinig van hen aan voorkeur te hebben voor een specifieke plek binnen Arnhem; het belangrijkste is dat het pand voldoet. Uit soortgelijk onderzoek in Amersfoort (zie kader) blijkt daarnaast dat plafondhoogte en daglicht nog aanvullende eisen zijn die beeldend kunstenaars stellen aan hun huisvesting.

- **Ze zijn relatief vaker voornemens te verhuizen en willen daarbij vooral meer ruimte**

Ondernemers in de kunst en cultuur hebben relatief vaker het voornemen te verhuizen: 59% van de respondenten wil binnen nu en vijf jaar verhuizen; 40% binnen nu en twee jaar. Voor de rest van de creatieve en culturele sector is dat respectievelijk 52 en 26%. Gemiddeld is de sector kunst en cultuur nu gehuisvest op ongeveer 51 m² per ondernemer. De verhuizers hebben behoefte aan meer ruimte: gemiddeld zo'n 62 m². Ruimtegebrek is over de gehele sector een veelgenoemde verhuisreden, dit is in de kunst en cultuur niet anders.

- **Ze hebben vaak relatief weinig inkomsten**

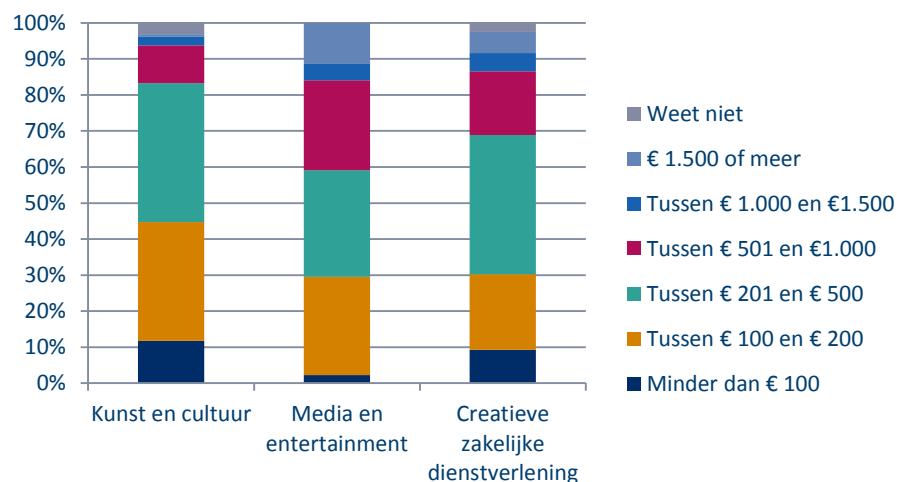
In de interviews en panelgesprekken is aangegeven dat ondernemers in de kunst en cultuursector relatief weinig verdienen. Volgens het CBS ligt het persoonlijk bruto jaarinkomen van 73% van de beeldend kunstenaars,



onder de 20.000 euro¹². Slechts 5% van de beeldende kunstenaars in Nederland zit boven de armoedegrens.. Het is voor te stellen dat bij dergelijke lage inkomsten weinig geld over blijft voor het huren of kopen van bedrijfshuisvesting. We zien dan ook dat in de kunst en cultuur zo'n 45% van de ondernemers minder dan 200 euro betaalt voor hun huidige huisvesting, tegenover zo'n 30% voor de andere deelsectoren. Figuur 4.2 maakt dat inzichtelijk.

Net als voor de andere deelsectoren is een groot gedeelte van de ondernemers in de kunst en cultuur aan huis of niet in een vaste werkruimte gehuisvest. Dat strookt niet altijd met de specifieke eisen die dit type ondernemers stellen aan hun huisvesting.

Figuur 4.2: Huisvestingslasten per maand per sector, relatief per prijs categorie



¹² Dit is inclusief nevenactiviteiten zoals lesgeven, cursusleider en baantjes in de horeca of elders meegenomen

Hoewel het voor kunst en cultuur met deze combinatie van redenen lastig is geschikte huisvesting te vinden, komt uit de enquête en gesprekken ook naar voren dat muzikanten lastig geschikte ruimten kunnen vinden, net zoals grote(re) gezelschappen die vaak op zoek zijn naar tijdelijke repetitieruimten.

Er is echter ook een aantal beroepsgroepen binnen de creatieve en culturele sector, die voldoende verdienvermogen hebben (en soms ook weinig specifieke huisvestingseisen), waardoor deze groepen vrij gemakkelijk en kort na oprichting, terecht kan in de reguliere markt voor bedrijfshuisvesting; en daar ook tevreden over zijn. Denk aan reclame- en communicatiebureaus, architecten en PR-bureaus.

Wensen en mogelijkheden kunst en cultuur in andere steden

De gemeente Amersfoort heeft onlangs onderzoek gedaan naar de huisvestingswensen van de 'creatieve makers' in de stad (gemeente Amersfoort, 2018), met een digitale enquête onder 280 professionele en amateurcultuurmakers (beeldende kunst, muziek, podiumkunsten, schrijven/dichten). Daaruit kwam naar voren dat:

- 50% van de cultuurmakers niet tevreden is over de ruimte die ze gebruiken. Dat geldt voor 55% van de beeldend kunstenaars.
 - 24% van de beeldend kunstenaars geeft aan te kunnen leven van hun activiteiten. Alleen voor muzikanten ligt dat percentage nog lager.
 - 25% van de makers zou graag een andere ruimte gebruiken, dat geldt ook voor beeldend kunstenaars
 - De helft van de ondernemers is op zoek naar een plek waar meer creatieven zijn gevestigd, beeldend kunstenaars focussen zich ook op de binnenstad
- Uit het onderzoek van de gemeente Utrecht (Bureau BUITEN, 2017) komt naar voren dat 65% van de ondernemers in de kunst en cultuur vindt dat er onvoldoende aanbod is naar hun wens: met name betaalbaarheid en geschiktheid zijn struikelblokken. Ook hier is geconstateerd dat deze deelsector relatief lage inkomsten heeft en dat dit op gespannen voet staat met het vinden huisvesting die voldoet aan de eisen, maar past binnen de financiële mogelijkheden.

5 Mismatch tussen vraag en aanbod: prijs, omvang en tijdelijkheid

5.1 Toekomstig aanbod huisvesting: afname verwacht

De verwachting is dat het toekomstig aanbod aan huisvesting eerder kleiner dan groter zal worden, met name door de populariteit van de stad, de woningbouwopgave en de grote druk op de ruimte. Voor de panden van woningcorporaties speelt de kerntakendiscussie ook een rol hierbij. Uit de gesprekken met aanbieders zijn geen concrete of levensvatbare plannen voor toevoeging of het uit de markt nemen van huisvesting naar voren gekomen. De gemeente heeft op moment van schrijven ook geen plannen voor toevoeging van ruimten.

De enige echt grote ontwikkeling waar mogelijk rekening mee gehouden moet worden, is de herontwikkeling van Arnhems Buiten¹³. Vindt deze ontwikkeling doorgang, dan neemt het aanbod af met bijna 11.500 m², zo'n 17% van de totale voorraad en 26% van de voorraad verzamelgebouwen.

Er is verder een, lastig te becijferen, afname van het aanbod te verwachten omdat een groot deel van het aanbod tijdelijk is. Hoe groot dit percentage precies is, is op basis van onze gegevens niet te zeggen. Datzelfde geldt voor eventuele nieuwe tijdelijke panden die aan het aanbod toegevoegd kunnen worden. Van de respondenten geeft 15% van

¹³ <https://www.gelderlander.nl/arnhem/honderden-huizen-op-arnhems-buiten-in-arnhem-en-oosterbeek~a255ccaf/>

de creatieven die willen verhuizen, aan dat dit komt doordat hun contract voor huisvesting af loopt. De ontwikkeling van het aanbod is weergegeven in tabel 5.1.

Tabel 5.1: Ontwikkeling aanbod huisvesting voor de creatieve en culturele sector, in m²

	huidige situatie 2019	toekomstig 2024	ontwikkeling 2019-2024
Zelfstandige ruimten	11.000	11.000	0
Verzamelgebouwen	44.000	32.500	-11.500
Overige ruimten	11.000	11.000	0
totaal	66.000	54.500	-11.500



Eén van de panden van SLAK op Arnhems Buiten

5.2 Toekomstige vraag naar huisvesting: vraag neemt toe

Kwantitatief

Om de toekomstige kwantitatieve vraag naar huisvesting vanuit de creatieve en culturele sector te bepalen, zijn twee zaken van belang.

1. Ontwikkeling van de ruimtevrage van de huidige Arnhemse ondernemers in de sector

Een groot deel van de ondernemers die nu geen werkruimte huren (ze hebben geen vaste werkruimte of werken aan huis), wil verhuizen naar een ruimte in een verzamelpand of eigen bedrijfsruimte. Ook de vraag naar eigen, zelfstandige ruimten neemt toe, met zo'n 6 procentpunt. In tabel 5.2 is de verschuiving zichtbaar tussen de huidige situatie en de wensen voor de toekomst. Een deel van die wensen gelden al op de korte termijn: dat zijn ondernemers die hebben aangegeven voornemens te zijn binnen nu en 2 jaar te verhuizen.

Uit de enquête blijkt daarnaast dat een deel van de ondernemingen die nu een ruimte huren in een verzamelpand of eigen bedrijfsruimte, graag naar een grotere ruimte zouden willen. Ruimtegebrek is dan ook de belangrijkste reden om te willen verhuizen (44% van de verhuizers geeft dat aan). De respondenten die willen verhuizen hebben nu gemiddeld 56 m² tot hun beschikking. De groep wenst gemiddeld een ruim 20% grotere ruimte, van bijna 70 m².

Een groot deel van de extra ruimtevrage komt daarmee uit bestaande ondernemers in de sector. De totale ruimtebehoefte van de huidige ondernemers neemt over 5 jaar met zo'n 24% toe ten opzichte van de huidige situatie, waarbij een groot deel al op korte termijn (16,5%punt). Daarbij is rekening gehouden met het feit dat de huidige huurders bij een verhuizing ook een ruimte achter laten.

Tabel 5.2: Verdeling ondernemers over typen huisvesting, 2019 en 2024

	huidige situatie 2019	toekomstig (wens) 2024
Geen vaste werkruimte	13%	5%
Aan huis gehuisvest	46%	37%
Eigen ruimte in verzamelpand	22%	30%
Gedeelde ruimte in verzamelpand	8%	9%
Eigen bedrijfsruimte (niet aan huis)	7%	13%
Andere ruimte	4%	7%

2. Ruimtevrage van buitenaf en door nieuwe ondernemers

Vraag naar huisvesting komt natuurlijk niet alleen uit de ondernemers die nu in Arnhem zijn gevestigd. Ook starters uit Arnhem en nieuwe ondernemers van buitenaf zorgen voor ruimtevrage. Als we er van uit gaan dat de sector net zo hard blijft groeien als de afgelopen 10 jaar, dan betekent dit ook een (relatief kleinere) extra vraag naar huisvesting.¹⁴

In tabel 5.3 is de totale ruimtebehoefte op dit moment en voor de toekomst (2024) weergegeven. Daarbij zijn de ondernemers die met een korte termijn verhuisbehoefte, gerekend tot de huidige vraag.

¹⁴ De afgelopen 10 jaar is het aantal banen in de creatieve en culturele sector in Arnhem met 30 procent gegroeid. Het aantal vestigingen groeide met ruim 75%. Als deze ontwikkeling zich doorzet is het aantal ondernemingen in 2024 gegroeid naar 3.860 en het aantal werknemers tot ca 4.430. Er vanuit gaande dat die ondernemers dezelfde huisvestingswensen hebben als de respondenten (en gecorrigeerd voor nog altijd toenemende aantal ZZP'ers, die vaker aan huis zich vestigen of geen vaste werkruimte hebben), gaan we uit van zo'n 70.000 m² totale ruimtebehoefte.



Tabel 5.3: Huidige en toekomstige kwantitatieve ruimtebehoefte creatieve en culturele sector

	huidig (2019-2020)	toekomst (2024)	ontwikkeling vraag
Eigen ruimte in verzamel pand	32.900	36.100	+3.200
Gedeelde ruimte in verzamel pand	10.400	10.200	-200
Eigen bedrijfsruimte (niet aan huis)	12.900	15.000	+2.100
Andere ruimte	7.300	8.700	+1.400
totaal	63.500	70.000	6.500

Uiteraard is deze raming een inschatting en in de toekomst afhankelijk van veel verschillende factoren: de ontwikkeling van de economische conjunctuur, sectorale ontwikkelingen, ontwikkelingen in de vraag-aanbod verhoudingen in andere steden in Nederland, de uitstroom uit opleidingen, etc. Ook geldt dat kwalitatieve aspecten van het betreffende pand van invloed zijn op de daadwerkelijke vraag, zoals bijvoorbeeld het prijsniveau.

Kwalitatief: men wil een grotere ruimte voor (iets) minder geld

We constateerden eerder al dat de verhuizers graag meer ruimte tot hun beschikking willen hebben. Opvallend is dat de verhuizers gemiddeld gezien wel goedkoper gehuisvest willen zijn: 74% van die groep betaalt nu minder dan 500 euro per maand aan huisvestingslasten. In de toekomst is die groep – wanneer aan hun wensen tegemoet wordt gekomen - gegroeid tot 80%.

Andere kwalitatieve aspecten

Naast omvang van de ruimtes en prijs, is uit het onderzoek (enquête, interviews en panelgesprekken) nog een aantal kwalitatieve aspecten op

te maken die meespelen bij de vraag naar huisvesting voor de creatieve en culturele sector in Arnhem:

- Een groot deel van de ondernemers is aan huis gevestigd. Voor een deel van de ondernemers is dat in theorie ideaal omdat dit zorgt voor een bepaalde mate van vrijheid. In de praktijk blijkt dat een reguliere woning hier lang niet altijd voor voldoet. Atelierwoningen of woningen met praktijkruimte aan huis voldoen wel, maar het aanbod daarvan is te beperkt, zo blijkt uit de enquêtes.
- Uit enquêtes en panelgesprekken kwam naar voren dat het aanbod aan atelierwoningen ontoereikend is voor de vraag.
- Ondernemers in de creatieve en culturele sector geven aan dat tijdelijkheid voor hen een veelbepalende factor is. Zijn ruimtes niet tijdelijk, dan zijn ze bereid meer te betalen en vooral ook meer te investeren in de ruimtes en omgeving.
- Waar ondernemers in veel andere sectoren liefst hun ruimte ‘turn-key’ huren (zo compleet mogelijk en goed afgewerkt), is dat voor de creatieve en culturele sector veel minder belangrijk. Sterker nog: plekken waar creatieven de vrijheid krijgen samen met andere ondernemers iets van de ruimte te maken, lijkt een ideaal voor veel creatieve en culturele ondernemers. Het maakt creatieven in dat geval ook minder uit op welke plek dit pand staat.
- De tijdelijkheid van huisvesting is een probleem voor creatieven. Het veroorzaakt onderbreking(en) in de bedrijfsvoering en beperkt de investeringen van ondernemers in de panden. Uit het onderzoek blijkt namelijk dat ondernemers vaak bereid zijn te investeren in het pand of de omgeving, maar dat de tijdelijkheid hen daarin belemmert. Tot slot zorgt tijdelijkheid voor veel onzekerheden voor de ondernemers.
- Qua aanwezige voorzieningen in het pand zijn met name ateliers, opslag, ontmoetingsruimte en productieruimten in trek bij creatieven. Ook geeft een vrij groot aandeel aan behoefte te hebben aan een kantoorruimte bij de huisvesting.



5.3 Vraag en aanbod: opgaven voor de toekomst

Kwantitatief voldoende aanbod om de vraag te faciliteren, maar kwalitatief niet; in de toekomst lopen de tekorten verder op

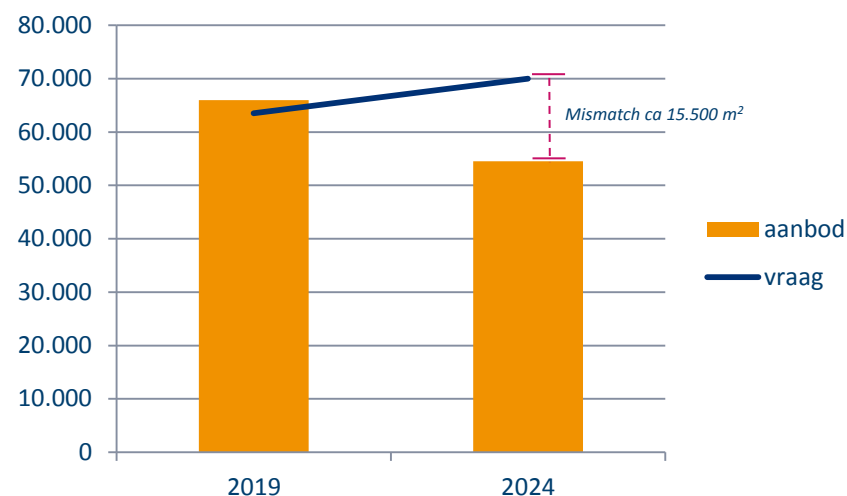
Als we de vraag naar en het aanbod van huisvesting voor de creatieve en culturele sector tegen elkaar afzetten, is de conclusie dat de voorraad huisvesting op dit moment in potentie groot genoeg is om de gehele sector te huisvesten¹⁵. Dat beeld houdt echter niet volledig stand als de uitsplitsing wordt gemaakt in typen huisvesting. Er is op dit moment met name een tekort aan eigen bedrijfsruimten. Alternatieve ruimten zijn er voldoende. In de toekomst (2024) is er naar verwachting vooral een tekort aan bedrijfsverzamel panden voor de creatieve en culturele sector, van zo'n 14.000 m². Daarbij is er vanuit gegaan dat Arnhems Buiten binnen nu en 5 jaar niet meer beschikbaar is. Echter, ook als dit beschikbaar blijft, ontstaat er een kwantitatief tekort, van zo'n 2.300 m². Daarnaast is er meer vraag naar dan aanbod van eigen, zelfstandige bedrijfsruimten voor creatieven. Tabel 5.4 en figuur 5.5 geven een overzicht.

Tabel 5.4: Vraag en aanbod huisvesting creatieve en culturele sector, in m²

	2019			2024		
	vraag	aanbod	saldo	vraag	aanbod	saldo
Eigen ruimte in verzamelpand	32.900	44.000	700	36.100	32.500	-13.800
Gedeelde ruimte in verzamelpand	10.400			10.200		
Eigen bedrijfsruimte (niet aan huis)	12.900	11.000	-1.900	15.000	11.000	-4.000
Andere ruimte	7.300	11.000	3.700	8.700	11.000	2.300
totaal	63.500	66.000	2.500	70.000	54.500	-15.500

¹⁵ Zie hiervoor ook de beperkingen in de aanbodinventarisatie, zoals benoemd in hoofdstuk 2

Figuur 5.5: Visualisatie vraag-aanbodconfrontatie 2019 en 2024 aanbod en vraag huisvesting creatieve en culturele sector, in m².



In figuur 5.5 is de ontwikkeling gevisualiseerd.

Belangrijke kanttekeningen bij de prognoses van vraag en aanbod

- Een belangrijke kanttekening voor de genoemde aanbodcijfers heeft te maken met het 'grijze gebied' van het aanbod. Daarbij gaat om bedrijfshuisvesting waarvan in principe elke onderneming gebruik kan maken: commerciële kantoren en bedrijfspanden. Dit aanbod is deels meegenomen in de cijfers op basis van internetonderzoek naar het type panden, locatie, prijs en huidige gebruikers. Of en in welke mate de panden terecht zijn opgenomen in het aanbod, is daarbij per definitie onderwerp van discussie. Dat komt door de afbakening van de onderzoeksvraag, maar ook door de pluriformiteit van de creatieve en culturele sector in vergelijking tot andere economische sectoren. Voor dat laatste geldt dat er, ook vanuit de enquête, geen algemene stelregel is op te stellen voor in hoeverre creatieven gebruik (kunnen / willen) maken van dit type huisvesting. Bovendien kunnen factoren

die meespelen in de toekomst veranderen: bijvoorbeeld door prijsveranderingen op de vastgoedmarkt, of verandering van inkomsten van creatieven. Zie ook in paragraaf 5.2.¹⁶

- Het onderzoek focust zich op vraag en aanbod van werkruimten voor creatieven. In sommige gevallen zijn deze werkruimten onderdeel van een woning, zoals bij atelierwoningen. In de panelgesprekken en open vragen van de enquête kwam naar voren dat er meer vraag dan aanbod is naar deze specifieke combinatie van wonen en werken.
- Uitgangspunt van de prognose is dat de ruimtebehoefte van creatieven over vijf jaar, relatief gezien, gelijk is aan de ruimtebehoefte van de creatieven op dit moment. Het kan zijn dat door technologische ontwikkelingen zoals verdere digitalisering of 3D printing, de ruimtebehoefte van creatieve activiteiten (deels) verandert.
- Voor de verwachte groei van de creatieve en culturele sector is uitgegaan van de groeiontwikkeling in de afgelopen 10 jaar. Er kunnen diverse redenen zijn waarom de groei zwakker of sterker is de komende periode – zie ook paragraaf 5.2.
- Zoals vrijwel alle prognoses van werkgelegenheid en bedrijfsruimten gaat ook deze prognose uit van een lineaire ontwikkeling van de sector. Dit doet geen recht aan de grilligheid waarmee de economie zich ontwikkelt, waarbij een daling in het ene jaar kan worden gecompenseerd door een stijging in het jaar erop.
- De respons van de enquête is hoog, en naar verwachting ook de representativiteit ervan. Toch kan niet worden uitgesloten dat het geen volledig kloppende afspiegeling is van de totale populatie.
- Tot slot is de invloed van kwalitatieve aspecten van huisvesting (prijs, vorm, locatie, etc.) op deze kwantitatieve vraag zo groot, dat deze absoluut niet los van elkaar gezien kunnen worden.

¹⁶ Voor een volledig overzicht van het aanbod en andere kanttekeningen rond het gebruikte overzicht ervan, zie bijlage 6.

Kwalitatieve aspecten geven een veel genuanceerder beeld: prijs speelt mee...

De panelgesprekken en de veelvuldig ingevulde toelichting op de enquête door respondenten, laten zien dat er op dit moment een (kwalitatieve) mismatch is. Respondenten willen relatief vaak verhuizen, maar kunnen niet altijd een ruimte naar wens vinden. De belangrijkste reden hiervoor is de prijs. Een deel van het aanbod is te duur ten opzichte van de financiële draagkracht van een groot deel van de sector. Prijzen van huisvesting variëren van gemiddeld tussen de € 5,20 en € 13,75 per m² per maand inclusief servicekosten. Uit de enquête blijkt dat de sector nu gemiddeld € 5,56 per m² per maand betaalt. De betaalde huurprijzen zitten hiermee dus onderaan de bandbreedte. Bovendien is bekend dat de ondernemers die willen verhuizen, gemiddeld nog iets goedkoper gehuisvest willen zijn dan op dit moment: € 5,50 per m² per maand. De vraag naar huisvesting is kennelijk afhankelijk van het prijsniveau. Beschikbaarheid van goedkope huisvesting heeft een aanzuigende werking vanuit in elk geval de aan huis gevestigde ondernemers. Hoewel een exacte vraag-aanbodconfrontatie naar prijs niet is te maken, zien we wel dat de afname van het aanbod aan huisvesting zit in de lagere prijs categorieën (Arnhems Buiten).

...en mogelijk ook andere factoren

Andere kwalitatieve factoren die meespelen bij de interpretatie van de mismatch, zitten bijvoorbeeld in locatie, omvang, voorzieningen en 'huisregels' in bepaalde panden. Ook speelt tijdelijkheid mee: vaak moeten verhuizen betekent steeds weer zoeken naar nieuwe huisvesting. In de panelgesprekken kwam naar voren dat de mismatch voor bepaalde typen huisvesting onnodig groot is doordat ruimten bezet worden gehouden door creatieven die er maar incidenteel gebruik van maken van de ruimte of die meer ruimte bezet houden dan noodzakelijk.

Opgave: balans vinden in kwantiteit en kwaliteit

Conclusie is dat er in de nabije toekomst een kwantitatief tekort aan huisvesting is voor zelfstandige bedrijfsruimten voor creatieven. Het



kwantitatief tekort neemt naar verwachting toe, en zal ook gaan gelden voor bedrijfsverzamel panden. Deze mismatch hangt echter sterk samen met kwalitatieve aspecten, waarvan prijs en tijdelijkheid de belangrijkste zijn. Dit maakt de opgave complex. Enerzijds omdat in het aanbod prijs en tijdelijkheid samenhangen (tijdelijke huisvesting is vaak goedkoop). Anderzijds omdat de kwantitatieve vraag alleen bestaat onder de voorwaarde dat het aanbod moet passen binnen de beperkte financiële mogelijkheden van de sector. Tot slot speelt mee dat tijdelijke huisvesting ook een functie vervult, omdat het een substantieel deel van de sector huisvest.

De belangrijkste opgave is in de eventuele realisatie van nieuwe huisvesting die balans in de gaten te houden. Hiervoor kan deels inspiratie gehaald worden uit de situatie en aanpak in andere gemeenten in Nederland (zie kader).

Vraag en aanbod creatieve en culturele sector elders in Nederland

Onderzoek heeft uitgewezen dat in **Amsterdam** elk jaar 1.000 tot 1.500 ondernemers een ruimte zoeken in creatieve broedplaatsen. De stad Amsterdam heeft als ambitie gesteld elk jaar 10.000 m² aan nieuwe creatieve incubators te realiseren. De MRA voert een actief broedplaatsenbeleid: de afgelopen 15 jaar is er 170.000 m² broedplaatsen bij gekomen. De meeste van deze locaties zijn 3 tot 20 jaar vastgelegd. Een deel van de incubators hanteert eigen beleid in zaken als toekenning en duur van de huurcontracten; de gemeente heeft als streven dat elke incubator een maximum van 5 + 5 jaar huurperiode aanhoudt.

Rotterdam heeft zich tot doel gesteld meer panden betaalbaar beschikbaar te stellen voor de creatieve sector, met focus op beeldend kunstenaars, podiumkunstenaars, filmers, fotografen, ontwerpers en architecten. Men zoekt daarbij naar een huurniveau van €50 per m² per jaar kale huur. Doel is elk jaar het aanbod uit te breiden met 3.000 m² per jaar. Belangrijke aanbieder in Rotterdam is SKAR: Stichting Kunstaccommodatie Rotterdam. Deze stichting heeft 25 panden in beheer, in totaal zo'n 20.000 m².

In **Groningen** is de verwachting dat het huisvestingsaanbod de komende jaren zal afnemen door druk uit de woningmarkt. Met name tijdelijke, goedkope locaties zullen wegvallen: verwachting is dat er een tekort ontstaat van 5.000 – 15.000 m² de komende jaren. Er is nu zo'n 105.000 m² aan broedplaatsen in de stad. Daarom is een quickscan broedplaatsenbeleid in uitvoering om te verkennen of een broedplaatsenbeleid zinvol kan zijn.

In 2017 is in Utrecht geschat dat de acute ruimtebehoefte voor de creatieve sector in bedrijfsverzamelgebouwen circa 15.000 m² is in de komende 2 jaar. Ook de vraag naar atelierwoningen en zelfstandige units is daar substantieel. De stad is nu met andere gemeenten in de regio bezig te verkennen in hoeverre aandeel leegstaand erfgoed in deze vraag kan voorzien.



6 Conclusies

Uit het onderzoek trekken we op drie thema's de volgende conclusies.

6.1 *Conclusies over het functioneren van de sector in Arnhem*

De creatieve en culturele sector in Arnhem is succesvol, Arnhem wordt dan ook terecht tot de G9 gerekend. Het percentage banen in de sector is relatief hoog en de sector groeit ook harder dan gemiddeld in Nederland. Verder valt op dat de sector over de volle breedte sterk is in Arnhem; de keerzijde daarvan is dat er – ten opzichte van andere G9 steden - geen duidelijke specialisatie is binnen de sector.

De creatieve en culturele sector is veelzijdig en veelkleurig. De activiteiten van creatieven verschillen sterk en dat beïnvloedt direct hun huisvestingsvoorkeuren: van vrij algemeen (kantoorachtige functies) tot zeer specifiek (bijvoorbeeld bij beeldend kunstenaars). Daarnaast loopt het verdienvermogen binnen de sector sterk uiteen. Dat beïnvloedt de inkomsten van de sector en indirect hun mogelijkheden om huisvesting te financieren. Dit zorgt ervoor dat een deel wél en een deel géén marktconforme huren kan betalen.

6.2 *Conclusies over de huidige huisvesting van de sector*

Het merendeel van de creatieven huurt / gebruikt geen specifieke huisvesting voor hun onderneming. Zij werken vanuit huis of bij hun klanten, in koffietentjes of huren af en toe een flexplek.

De sector is geconcentreerd in het centrum en de gemengde wijken daaromheen in Arnhem-Noord. Arnhem-Zuid huisvest veel minder

creatieven. Dat geldt zowel voor de aan huis gevestigde ondernemers als voor creatieven die huisvesting huren.

Een groot deel van de ondernemers heeft tijdelijke huisvesting. Het onderzoek laat zien dat dat een grote, ongewenste, onzekerheid oplevert voor veel creatieven. Een nuancering is daarbij wel op z'n plaats: tijdelijke huisvesting voorziet tegelijkertijd in een substantieel deel van de vraag, voor een vaak lagere prijs dan huisvesting met vaste of langjarige contracten. De sector kan dus niet zonder tijdelijke huisvesting.

Creatieven zijn over het algemeen tevreden over hun eigen huisvesting, maar toch is een groot deel van de ondernemers voornemens te verhuizen. Men wil daarbij groter en relatief goedkoper gehuisvest zijn. De vraag is of dat in alle gevallen realistisch is.

We zien wel dat de in verzamelpanden of broedplaatsen gevestigde creatieven vaker tevreden zijn en minder vaak willen verhuizen dan anderen. Voor ondernemers die aan huis zijn gevestigd of geen vaste werkplek hebben, is dat juist andersom. Een deel van de sector is dus ongewenst aan huis gehuisvest. Onder de creatieven met een verhuiscens, zijn verzamelpanden of broedplaatsen populair. De aantrekkingskracht van deze panden zit in de interactie met andere creatieven. Interactie creëert bovendien onderlinge begrip voor elkaars activiteiten en de mogelijke overlast die daarmee gepaard gaat. Dat is, naast het geringe verdienvermogen en de specifieke huisvestingswensen van een deel van de sector, ook de reden dat weinig creatieven gebruik maken van reguliere bedrijfshuisvesting d.w.z. huisvesting die niet specifiek op de creatieve en culturele sector is gericht. Al laat het onderzoek ook zien dat reguliere bedrijfshuisvesting qua prijs soms prima kan concurreren met specifiek voor de creatieve en culturele sector beschikbare huisvesting.



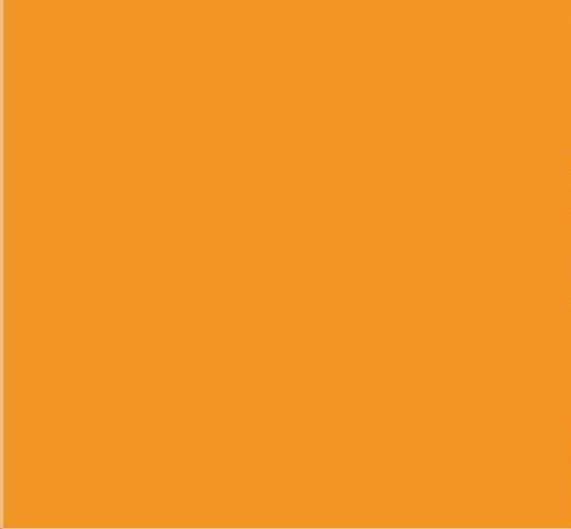
6.3 Conclusies over de toekomstige huisvesting van de sector

De vraag naar huisvesting voor de creatieve en culturele sector neemt toe in de nabije toekomst. Dat komt doordat een deel van de huidige ondernemers te klein of ongewenst thuis is gehuisvest. Een andere factor die meespeelt is de sterke groei die de sector doormaakt. Dit zorgt naar verwachting ook in de toekomst voor meer vraag naar huisvesting.

Tegelijkertijd staat door de populariteit van de stad het aanbod onder druk: er zijn minder (tijdelijk) leegstaande panden en de opbrengsten voor woningen of andere bedrijfsruimte liggen hoog. De komende jaren wordt daarom een afname van het huisvestingsaanbod voor de creatieve sector verwacht. Bovendien zijn er geen concrete plannen voor grote toevoegingen die dit kunnen opvangen.

Dit zorgt voor een mismatch tussen vraag naar en aanbod van huisvesting voor de creatieve en culturele sector in Arnhem. De mismatch komt tussen nu en 5 jaar naar verwachting uit op ongeveer 15.500 m². De precieze omvang is afhankelijk van zowel kwalitatieve aspecten als prijs en type huisvesting en in hoeverre deze aansluiten op de behoefte. Daarnaast zijn er algemene onzekerheden als de ontwikkeling van de conjunctuur, sectorale ontwikkeling en de ontwikkeling van de vraag-aanbod verhoudingen elders. De geraamde omvang van de mismatch is daarom een indicatie. Wanneer specifieke behoeften van de sector als prijs en kwaliteit niet als maatstaf worden gehanteerd, biedt reguliere bedrijfshuisvesting ook mogelijkheden. Maar deze sluit in de meeste gevallen qua aard, ligging en prijsniveau niet aan op de behoefte van de sector.





BUREAUBUITEN
economie & omgeving

