

Bewegen of stilstaan

Waardes van openbare ruimte in de stad

Door de trek naar de stad wordt de druk op de openbare ruimte alsmaar groter. Daarom is het belangrijk meer aandacht te geven aan de voetganger, de fietser en de kwaliteit van deze openbare ruimte. Maar hoe waardevol is onze openbare ruimte nu eigenlijk? De baten van een goede openbare ruimte zijn de laatste jaren steeds meer onderzocht. De keuzes om te werken aan een leefbare, gezonde en aantrekkelijke stad worden inzichtelijk gemaakt door Marco Aarsen en Tim van Huffelen. Dit geldt voor de steden van vandaag, en zeker voor die van morgen.

Tekst **Marco Aarsen**





De Steenstraat in Arnhem
FOTO: MARCO AARSEN

BIG DATA

De auto heeft na zijn introductie de openbare ruimte in onze steden en dorpen voor een belangrijk deel in beslag genomen en kwam, in plaats van de mens, steeds centraler te staan. Gelukkig ontstaat er in de huidige tijd meer inzicht in de waarde die onze omgeving voor ons heeft als mens. Globaal gesteld wordt de omgeving door een zestal waarden vertegenwoordigd: sociaal, mobiliteit, ruimtelijke kwaliteit, gezondheid, klimaatadaptie en economische vitaliteit.

Toegankelijke openbare ruimte

Van oudsher heeft onze openbare ruimte een grote sociale waarde; de plek waar we elkaar ontmoeten en met elkaar in gesprek raken. In een maatschappij die digitaler en individualistisch georiënteerd is wordt ontmoeting belangrijker. Sommige groepen in onze samenleving komen steeds verder uit elkaar te staan. Dat wordt versterkt door de social media bubble waar we in zitten. Iets simpels als elkaar op straat tegenkomen en met elkaar in gesprek raken, kan inzichten en onderlinge verhoudingen in positieve zin veranderen. Nu ouderen steeds langer zelfstandig blijven wonen, wordt het aandachtspunt veiligheid groter. Zowel veilig op straat kunnen bewegen van a naar b, als de sociale veiligheid zou het voor ouderen makkelijk mogelijk moeten maken zich te mengen. Maar toenemende eenzaamheid bij de groeiende groep ouderen vraagt voldoende toegankelijkheid van de openbare ruimte.

Toenemende drukte

De openbare ruimte is er voor iedereen om zo veilig mogelijk te bewegen. Dat brengt de tweede waarde naar boven; het samen gebruik maken van mobiliteit in de openbare

ruimte. Ondanks dat onze maatschappij steeds meer online plaatsvindt, blijven we ons uiteraard ook fysiek verplaatsen. De toenemende drukte in de steden zorgt voor een sterke behoefte aan een goede balans tussen verkeersruimte en verblijfsruimte.

In de drukte van het verkeer verdienen kinderen extra aandacht, want voor hen wensen we voldoende veiligheid op straat zodat ze zelfstandig naar school kunnen fietsen. We moeten hierin slimme en efficiënte keuzes maken om de positie van de fietser en de voetganger te versterken. We hebben maar beperkte ruimte. Denk bijvoorbeeld aan Mobility hubs, deelsystemen van auto's en fietsen en meer investeringen in voorzieningen voor fietsers en voetgangers.

Het belang om de steden bereikbaar te houden wordt met de toegenomen drukte alsmaar groter. Het parkeren van auto's en fietsen wordt steeds slimmer en efficiënter aangepakt. Maar tegelijkertijd is de plek die een auto op straat inneemt na het parkeren statisch en redelijk dominant in het straatbeeld. Deze ruimte kan dan niet langer voor andere doeleinden gebruikt worden. Dit monofunctionele en private gebruik van de waardevolle openbare ruimte past steeds minder in deze tijd van flexibel ruimtegebruik en het multifunctionele denken. De parkeerruimte zou bijvoorbeeld ook als (tijdelijk) terras kunnen worden ingezet of als voetgangersgebied.

Invloed op gedrag

De waarde ruimtelijke kwaliteit bepaalt hoe mensen hun omgeving beleven; of de ruimte een prettig gevoel geeft. De inrichting is van invloed op ons gedrag. We kunnen hiermee als het ware ons gedrag sturen en zo 'gewenst' of gezond gedrag stimuleren. Een goed onderhouden en 'schone' om-

**“Fietzers
kiezen niet
voor de snelste
of kortste
route”**

geving zorgt voor minder vandalisme. Ruimtes kunnen uitnodigend zijn om te vertoeven en anderen te ontmoeten. Een omgeving met voldoende overzicht en mogelijkheid tot oogcontact, versterkt het gevoel van veiligheid. Tegelijkertijd zoeken mensen beschutting. Wind en bezonning zijn belangrijke factoren in de beleving van een plek. Als ruimtes te groot zijn, en dus niet aansluiten bij de menselijke maat, is het gevoel minder veilig en prettig. Bij grote pleinen is vaak te zien dat mensen vooral langs de randen lopen.

“Obesitas en burn-outs maken het belang van gezonde keuzes groter”

Variatie onderweg

Uit onderzoek van Goudappel Coffeng blijkt dat fietsers niet zozeer kiezen voor de snelste of kortste route - al denken ze zelf vaak van wel - maar voor de meest aangename route. Dit kan zitten in bijvoorbeeld voldoende variatie onderweg. Of het kan komen doordat een route als aantrekkelijker ervaren wordt door de aanwezigheid van groen, water of attractieve bebouwing. Ook het gevoel van sociale veiligheid kan de routekeuze beïnvloeden. De fietser wil goed gezien worden, ook in de avond. De ruimtelijke kwaliteit kan hierop het antwoord geven.

Gezondheid

De inrichting van onze ruimte beïnvloedt ook onze gezondheid. Hoe meer mensen ge-

stimuleerd worden om niet voor de auto te kiezen als vervoersmiddel, hoe beter dit is voor hun gezondheid. In deze tijd van obesitas en toename van geestelijke aandoeningen, zoals bijvoorbeeld een burn-out, is het belangrijker dan ooit om de openbare ruimte optimaal in te richten voor gezonde mobiliteitskeuzes, zoals lopen en fietsen. Wanneer een bedrijf ervoor kiest dicht bij een treinstation te zitten, worden de medewerkers gestimuleerd met de (ov)fiets te komen of lopend vanaf het station.

Gestuurde gezondheid

Ook een basisschool kan hier al een duidelijk statement maken. De school kiest bijvoorbeeld voor de inrichting van de omliggende ruimte als parkeergebied en kiss and ride gebied in plaats van speelruimte, ontvangstruimte of fietsenstalling. Maar hoe minder prominent de autoparkeerplaatsen zijn, hoe meer ouders gestimuleerd zullen worden hun kinderen met de fiets te brengen of ze zelf te laten fietsen. De aanwezigheid van groen zorgt voor een toename van ons geestelijk welzijn en bomen in onze leefomgeving maken ons gelukkiger. Gezondheid kan dus deels gestuurd worden door de openbare ruimte.

Klimaatadaptie

De vijfde waarde, steeds actueler, is klimaatadaptie. Met meer periodes van hitte en heftige regenbuien groeit de urgentie om steden hierop aan te passen. Vergroening van de straten en pleinen is een belangrijke sleutel. Bomen geven schaduw als antwoord op hittestress en groene plekken in de stad en groene daken zorgen ervoor dat water langer en beter vastgehouden wordt.



Verharding versus groen

Zo raken de straten en het rioleringsstelsel minder overbelast bij heftige neerslag. Bij de inrichting van de openbare ruimte en verkeersruimte moet kritisch gekeken worden naar de verhouding tussen verharding en groen. De verharding zou de juiste mate van waterinfiltratie moeten hebben. Vanuit dit oogpunt gaat de voorkeur uit naar elementverharding in plaats van gesloten verharding, zoals asfalt.

Ook de opsluiting van de straat heeft invloed op waterinfiltratie, want een straat in banden geleidt het water naar kolken, terwijl een straat zonder banden het water meer naar een eventuele berm zou kunnen afvoeren. Om klimaatadaptie toe te passen willen we liever dat laatste.

Meer door ruimte

Tenslotte heeft de openbare ruimte impact op de economische vitaliteit. Zo weet een aantrekkelijke openbare ruimte de klanten langer te boeien en zien we een toename in omzet bij winkels waarbij de omgeving aantrekkelijker gemaakt wordt om te verblijven. Het heeft een positief effect op leegstand en huurprijzen of vastgoedwaarde. Woningen in een straat met fraaie bomen hebben een hogere vastgoedwaarde dan woningen in een vergelijkbare straat zonder bomen. Als we ruimte scheppen voor voetgangers en fietsers levert dat een winkelcentrum meer op dan aanvankelijk kan worden bedacht. Inmiddels zijn er steden waar de auto wordt geweerd uit de binnenstad. Er is meer aandacht voor de kwaliteit van de openbare



Van Asfaltweg (links) naar leefbare Steenstraat (rechts)

FOTO'S: MARCO AARSEN

(verblijfs)ruimte. Ook is het inzicht gekomen dat beleving van de openbare ruimte positieve impulsen geeft aan de binnenstedelijke economie. In ons werk zien we dat de economische waarde van een binnenstad en een hoge kwaliteit van de openbare ruimte elkaar versterken, juist in een periode waarin online winkelen enorm populair is.

Automobilist ‘weggepest’

Enige tijd geleden stond er in het Financieel Dagblad een artikel van journalist Jan Jager waarin werd betoogd dat kwakkelende centra van middelgrote steden baat hebben bij meer auto's in de binnenstad. Auto's leveren een bijdrage aan de levendigheid, vooral in de avonduren, en kunnen een positief effect hebben op de leegstand in het winkelaanbod. De schone lucht campagne van Milieudefensie met de waarden 'gezond, groen en leefbaar' passen meer bij een woonwijk dan bij een binnenstad, zo stelde Jager in het artikel. "Bovendien lost dit zich in de toekomst vanzelf op door elektrificatie van het wagenpark. Wanneer mensen niet voor de deur van een winkel kunnen parkeren, wijken ze uit naar outletcentra. De auto's en consumenten worden tegenwoordig 'weggepest' uit de centra door de politiek", aldus de auteur.

Zoeken naar balans

'Meer auto's in de binnenstad zijn altijd beter voor de levendigheid en de lokale economie', zo wordt vaak gedacht. Maar wat wordt vergeten: het is altijd maatwerk. Een centrum van een stad heeft andere behoeften dan een centrum van een dorp. En een kern met goede ov-bereikbaarheid, zoals een treinstation nabij het centrum, is weer iets anders dan een kern die dit niet heeft. Het is zoeken naar de juiste balans

tussen verkeersruimte en verblijfsruimte, de juiste balans tussen de 'The World of Flows' en 'The World of Places'. Wat is de positie van de auto en hoe verhoudt parkeren in centrumgebieden zich ten opzichte van het verblijfsgebied. Voor een dorp kan het vanuit economische vitaliteit en leefbaarheid juist onwenselijk zijn een rondweg te realiseren en zo het autoverkeer uit het centrum te halen. Hier kan het slimmer zijn om de doorgaande weg door het centrum meer als verblijfsomgeving in te richten, met een aangepaste snelheid voor auto's, of zelfs dusdanig dat de auto als het ware 'te gast' is.

Gedrag automobilist

Het kan dan even druk blijven qua verkeersintensiteit, maar het gedrag en de rijnsnelheid van de automobilist zal beduidend anders zijn. Zo wordt het centrum ook aantrekkelijker en vriendelijker voor fietsers en voetgangers. Het betekent niet per definitie dat er minder auto's mogen komen.

De optimale autobereikbaarheid en parkeren voor de deur leidt niet altijd tot de meeste omzet voor een ondernemer. Ondernemers hebben helaas, vaak ten onrechte, deze gedachte. Wanneer er plannen zijn om een winkelstraat of centrumgebied opnieuw in te richten met meer ruimte voor de voetganger, fietser en groen, heeft dit vaak consequenties voor de ruimte voor auto en hoeveelheid parkeerplaatsen. Eén van de angsten van ondernemers is dat hun omzet erop achteruit zal gaan. Dit is een begrijpelijke reactie van een ondernemer. Verandering is altijd spannend, zeker wanneer je het gevoel hebt dat de automobilisten 'weggepest' worden.



Het bestedingspatroon in de winkels van de West-Kruiskade in Rotterdam is gedurende één week per vervoermiddel in beeld gebracht. Opvallend hierbij is de positie van de auto, deze is kleiner dan de ondernemers aanvankelijk dachten.

Walkonomics en bikenomics

Het ingenieursbureau heeft de afgelopen jaren inzicht gekregen in de economische baten van een goede openbare ruimte. En gezien dat investeren in de kwaliteit van de openbare ruimte loont. Het toenemende aantal onderzoeken naar zogenaamde bikeonomics en walkonomics heeft meer inzicht gegeven in de daadwerkelijke bestedingspatroon per modaliteit. Een automobilist geeft per keer gemiddeld weliswaar meer geld uit in de winkel, maar komt minder vaak. Een fietser of voetganger komt vaker en geeft daardoor per saldo vaak meer uit. Een aantrekkelijke openbare ruimte met voldoende aanleiding om te verblijven verleidt de bezoeker langer te vertoeven, vaker gebruik te maken van het winkelaanbod en meer geld uit te geven. Een ondernemer kan verbaasd staan dat het niet de automobilisten blijken te zijn die het meest besteden in zijn winkel, maar juist de voetgangers of de fietsers.

Herinrichting ruimte

Steeds vaker wordt onderzocht wat de economische effecten zijn van herinrichting van de stedelijke openbare ruimte. Bijvoorbeeld het onderzoek in Rotterdam, waar voor de West-Kruiskade de mogelijkheden werden onderzocht om deze weg vriendelijker in te richten, voor zowel de voetganger als fietser. De bestedingen in de winkels voor één week per vervoermiddel werden in beeld gebracht. Opvallende uitkomst is dat niet de auto zorgt voor de meeste bestedingen (8%), maar de voetganger (37%) en het openbaar vervoer (43%). Na een mogelijke herinrichting kan een dergelijke meting nogmaals gedaan worden om de verschillen in bestedingsgedrag in de winkels inzichtelijk te maken.

Ingericht als stadsstraat

Een aantal jaar geleden is de Steenstraat in Arnhem ingericht als een aantrekkelijke stadsstraat met een shared space inrichting

op de kruispunten. Het parkeren is teruggebracht naar één zijde van de weg, er is meer ruimte voor de voetganger en voor groen en het asfalt heeft plaatsgemaakt voor gebakken klinkers. Gevolg van deze ruimtelijke kwaliteitsimpuls is een ander gedrag bij de verkeersdeelnemers.

De weg is van een drukke autoroute veranderd in een leefbare stadsstraat. Het is meer het domein van de voetganger en de fietser, de automobilist gedraagt zich meer alsof hij 'te gast' is. Nog steeds is de straat druk qua autoverkeer, maar het gedrag is beduidend anders. De ruimtelijke transformatie heeft ook een positief vliegwieleffect gehad op de ondernemers aan de Steenstraat.

Winkels zoeken contact met de straat en plaatsen uitstallingen en kleine terrasjes, waar dat eerst niet het geval was. Er zijn meer voetgangers in de straat gekomen en uit voor- en na onderzoek van de gemeente Arnhem blijkt dat de bezoekers de straat nu plezieriger ervaren als ho-reca- en winkelgebied.

Voetganger boven automobilist

De balans tussen 'The world of Flows' en 'The world of Places' is continu aan verandering onderhevig en verschilt op elke plek. De tijdgeest is medebepalend, net als het voortschrijdend inzicht in de wensen wat betreft gezondheid, leefbaarheid, klimaat, duurzaamheid en bereikbaarheid.

De ene stad maakt hierin grotere stappen dan de andere. Voor een vitaal economisch klimaat hoeft de automobilist niet voor de deur te kunnen parkeren. Uiteraard is dit al lang aan de orde bij aantrekkelijk binnensteden als Amsterdam en Utrecht.

Middelgrote steden en dorpen maken het

voetgangersdomein ook steeds groter. Bij dorpscentra ligt dit soms wat gevoelig, maar ook hier zijn vaak best mogelijkheden wat kritischer te kijken naar het aantal parkeerplaatsen voor de deur in relatie tot een aantrekkelijke en groene verblijfsruimte.

Bezoekers wijken niet makkelijk uit naar een outletcentrum, want het is een ander type bestemming dan een binnenstad of dorpscentrum en zorgt voor een heel andere beleving dan die de binnenstadbezoeker verwacht. De tendens en het toekomstbeeld is dat de mens in de stad meer centraal staat. Deze positie is niet langer weggelegd

“Mobiliteit is niet langer een doel op zich”

voor de auto. Mobiliteit is een middel geworden en niet langer een doel op zich.

Marco Aarsen is landschapsarchitect bij Goudappel Coffeng. ■

LEES MEER

Lees dit artikel ook online.