

# De monumentale vastgoedmarkt in de Utrechtse binnenstad en de aantrekkelijkheid voor bedrijven en beleggers

*Een onderzoek naar de specifieke eigenschappen van de monumentale vastgoedmarkt en de gevolgen voor vestigings- en investeringsbeslissingen*



Universiteit Utrecht

Ary Dirk (Rick) van Zwet  
Afstudeerscriptie  
Master Economische Geografie





# De monumentale vastgoedmarkt in de Utrechtse binnenstad en de aantrekkelijkheid voor bedrijven en beleggers

*Een onderzoek naar de specifieke eigenschappen van de monumentale vastgoedmarkt en de gevolgen voor vestigings- en investeringsbeslissingen*

## **Afstudeerscriptie**

A.D. (Rick) van Zwet - 3847128

Master Economische Geografie  
Faculteit Geowetenschappen  
Universiteit Utrecht  
Anno 2015 (MMXV)

Begeleider Universiteit Utrecht: dr. H. Olden



## Samenvatting

Historische Nederlandse binnensteden hebben door de jaren heen in sterk wisselende belangstelling gestaan. De tijden dat de binnensteden de verwaarloosde plekken van een stad waren zijn voorbij, een grote belangstelling gaat uit naar de huidige binnensteden. In economisch perspectief zijn dit vaak belangrijke gebieden door een groot aanbod aan winkels, horeca en kantoren. Binnensteden bezitten vaak een spilfunctie in een stedelijke economie. Het erfgoed dat in hoge mate aanwezig is in historische binnensteden wordt in toenemende mate onderwerp van economisch onderzoek. De meerwaarde van monumentale woonhuizen is in meerdere onderzoeken geanalyseerd. Hierin worden significante prijsverschillen geconstateerd die het gevolg zijn van de monumentstatus. Binnensteden zijn daarnaast een belangrijke vestigingsplaats voor bedrijven. Door het grote aantal monumentale panden in binnensteden zijn veel bedrijven gevestigd in monumentale panden. De vraag is wat de voor- en nadelen van een dergelijke vestigings- of investeringskeuze zijn voor een bedrijf of een belegger.

Een monumentale status wordt verleend aan panden die bepaalde cultuurhistorische karakteristieken bezitten. Naast deze zachte factor bezitten monumentale panden allerlei andere gemeenschappelijke eigenschappen waarmee ze zich onderscheiden van andere panden. Dit onderzoek legt de gemene deler van commercieel gebruikte monumentale gebouwen onder de loep. Door middel van kwantitatieve data is een beeld gevormd van de meetbare karakteristieken die monumenten onderscheiden van niet-monumenten. Vervolgens is deze data geïnterpreteerd met behulp van kwalitatieve aanvullingen, een aantal actoren die nauw betrokken zijn bij dit onderwerp zijn ondervraagd. De volgende onderzoeksvraag is leidend:

*In hoeverre en op welke wijze verschilt de marktdynamiek van monumentaal vastgoed van de gehele commerciële markt in de Utrechtse binnenstad en wat zijn de gevolgen voor het vestigings- en investeringsgedrag van bedrijven?*

Het antwoord op voorgaande vraag kan ondersteunend zijn aan de vestigings- en investeringskeuzes van bedrijven en beleggers. Door cijfermatige beschrijvingen van monumenten kunnen partijen hun keuzes betreffende vestigingsbeleid of investeringen beter onderbouwen. De factor monumentstatus is voorheen vooral gebruikt als juridische status die nadelen met zich meebrengt. Dit onderzoek laat een completer beeld zien.

De belangrijkste conclusie van dit onderzoek is dat verschillen tussen monumentaal vastgoed en overig vastgoed in de binnenstad van Utrecht zeker aanwezig zijn. Institutioneel is het onderscheid het duidelijkst te maken. Monumenten staan onder strikte regelgeving vanuit de overheid, hierdoor kan het maken van aanpassingen aan het gebouw een lastig proces zijn. Aan de andere kant levert dit institutionele kader een hoge mate van stabiliteit op in een oude binnenstad, de historische waarde blijft gewaarborgd. Andere karakteristieken waarbij verschillen duidelijk zichtbaar zijn, is onder andere het gemiddeld grotere oppervlakte van monumentale panden. Qua gebruiksfuncties zijn dezelfde type functies die een binnenstad typeren aanwezig in beide soorten panden. Monumenten kennen een kleine oververtegenwoordiging van kantoorfuncties. Winkelfuncties zijn meer aanwezig in niet-monumenten.

De transactiedynamiek van 2015 laat duidelijke verschillen zien tussen monumenten en overige panden. De opnamegraad, de absolute huurprijs en de huurprijs per m<sup>2</sup> is hoger voor monumenten. Wanneer deze gegevens echter in historisch perspectief geplaatst worden treden er afwisselende patronen op en zijn er geen duidelijke trends zichtbaar. De leegstand is met meer dan een procent verschil hoger in niet-monumentale panden. Bedrijven gevestigd in niet-monumentale panden kennen een grote diversiteit, monumenten hebben een kleinere diversiteit aan bedrijfssectoren. De verplaatsingsdynamiek ligt daarnaast hoger bij monumentale panden, bedrijven zoeken sneller andere huisvesting. Bovendien zijn de kleinere bedrijven (zoals ZZP'ers) minder vaak gevestigd in monumentale gebouwen. Over het algemeen zijn verschillen aanwezig tussen de twee typen vastgoed. Desalniettemin is het beeld diffuser dan in eerste instantie aangenomen zou kunnen worden. Of monumentaal vastgoed een aantrekkelijke categorie is om in te vestigen of te investeren hangt sterk af van de wensen van de gebruiker, eigenaar of belegger.

# Inhoudsopgave

<b>Samenvatting</b> .....	<b>5</b>
<b>Inhoudsopgave</b> .....	<b>6</b>
<b>1. Inleiding</b> .....	<b>8</b>
1.1 Doel .....	8
1.2 Maatschappelijke relevantie .....	9
1.3 Wetenschappelijke relevantie.....	9
<b>2. Theoretisch kader</b> .....	<b>10</b>
2.1 De veranderende positie van de binnenstad in de stedelijke economie .....	10
2.1.1 Amenities.....	11
2.2 De bijdrage van cultureel erfgoed aan de aantrekkelijkheid van binnensteden .....	12
2.2.1 Cultureel erfgoed.....	12
2.2.2 Monumentenzorg in Nederland.....	12
2.2.3 Erfgoed en de waarde van vastgoed .....	14
2.2.4 Erfgoed en de economische aantrekkelijkheid .....	16
2.3 Het gebruik van cultureel erfgoed (voor commerciële functies) .....	17
2.3.1 Vastgoedbeleggingen .....	17
2.3.2 Asset class.....	18
2.4 Slotbeschouwing .....	19
2.5 Conceptueel model .....	20
<b>3. Methodiek</b> .....	<b>22</b>
3.1 Locatie .....	23
3.2 Data .....	25
3.2.1 Kwantitatief .....	25
3.2.1 Kwalitatief.....	25
3.3 Methode per onderdeel .....	26
3.3.1 Huidige situatie.....	26
3.3.2 Pandkarakteristieken.....	26
3.3.3 Gebruiksfuncties.....	26
3.3.4 Transacties.....	26
3.3.5 Bedrijven.....	27
<b>4. Analyse</b> .....	<b>28</b>
4.1 Historie .....	28

4.2 Huidige situatie.....	28
4.2.1 Omvang .....	29
4.3 Pandkarakteristieken.....	29
4.3.1 Bouwjaar.....	30
4.3.2 Oppervlakte .....	30
4.4 Gebruiksfuncties.....	31
4.4.1 Opbouw functies .....	31
4.4.2 Metrage per gebruiksfunctie.....	33
4.5 Transacties.....	35
4.5.1 Situatie 2015.....	35
4.5.2 Historische reeksen .....	36
4.5.3 Leegstand .....	38
4.6 Bedrijven.....	38
4.6.1 Bedrijfs grootte.....	39
4.6.2 Sectorale variatie.....	39
4.6.3 Vestigingsduur .....	42
4.6.4 Motieven .....	42
4.7 Gemeente.....	44
4.7.1 Regelgeving .....	44
<b>5. Conclusie.....</b>	<b>46</b>
5.1 Huidige situatie.....	46
5.2 Pandkarakteristieken.....	46
5.3 Gebruiksfuncties.....	46
5.4 Transactiedynamiek .....	47
5.5 Bedrijven.....	47
5.6 Gemeente.....	48
5.7 Eindconclusie.....	48
5.7 Reflectie en aanbevelingen voor vervolgonderzoek.....	49
<b>6. Literatuurlijst.....</b>	<b>51</b>
6.1 Sites .....	54
6.2 Respondenten .....	55
<b>7. Bijlagen .....</b>	<b>56</b>
7.1 Grootteklasse-indeling .....	56

## Inleiding

Monumentale panden staan de laatste jaren sterk in de belangstelling. De panden die het historisch erfgoed van Nederland vormen kunnen op allerlei vlakken een meerwaarde bieden. Historische binnensteden bieden een vorm van vermaak voor toeristen en dagjesmensen zoals blijkt uit het onderzoek van Van Loon (2013). Historici en wetenschappers hechten belang aan het behouden van een pand voor de historische waarde die het heeft. Monumentaal vastgoed behoort tot de meest tastbare overblijfselen van de historie van een maatschappij. Nederland kent een rijke geschiedenis die terugkomt in de vele historische binnensteden die dit land rijk is. In de jaren '80 en '90 ontstond het idee dat er op een dynamische manier met erfgoed omgegaan moest worden. Het is geen losstaand fenomeen dat onder een stolp bewaard moet worden. Erfgoed mag het onderwerp zijn van economisch onderzoek, wat dan ook veelvuldig gedaan wordt.

Het gros van de onderzoeken naar monumentaal vastgoed is gedaan naar woonhuizen. Alle onderzoeken vinden een meerwaarde die mensen bereid zijn om te betalen voor een monument. Deze meerwaarde varieert tussen de 10,5% en de 26% (Noonan, 2007; Deodhar, 2004; Lazrak & Rouwendal, 2013). De Atlas voor Gemeenten (Marlet et al., 2015) heeft een editie uitgebracht waarin erfgoed en de monumentale stad centraal staat. De resultaten zijn veel in het nieuws geweest (Volkskrant, 2015; AD, 2015; Nu.nl, 2015). De aanwezigheid van een monumentale binnenstad heeft als gevolg dat een stad harder groeit, minder last van vergrijzing en een gunstige huizenprijsontwikkeling heeft in vergelijking met andere, nieuwe steden. De aantrekkingskracht van monumentale steden is kortom groter voor zowel bewoners als toeristen. Cijfermatig is deze stelling onderbouwd door de meerprijs van monumentale panden te meten. Hieruit blijkt dat een bewoner van een monumentaal pand in de meest monumentale binnenstad gemiddeld bereid is om 125.000 euro meer te betalen voor de woning, alleen als gevolg van het monumentale karakter van de woning en de woonomgeving.

Erfgoed mag als instrument gebruikt worden voor economische waardevermeerdering (Janssen et al., 2014). Een belangrijke groep die erfgoed inzet voor economisch nut zijn bedrijven. Commerciële instituties vestigen zich in monumentale panden om bepaalde redenen. Verschillende onderzoeken hebben aangetoond dat monumenten een bepaalde waarde hebben die hoger ligt dan reguliere panden (Ruijgrok, 2006; Lazrak et al., 2014; Marlet et al., 2015). Bedrijven moeten goed gemotiveerde redenen hebben om een hogere prijs te betalen voor huisvesting dan strikt noodzakelijk. Bovendien zijn in veel gevallen de onderhoudskosten aanzienlijk hoger dan reguliere panden omdat men specialistische partijen moet inschakelen. Door regelgeving over monumentale panden is het niet mogelijk om allerlei aanpassingen aan het pand te doen. De combinatie van deze factoren werpt de vraag op waarom bedrijven zich toch massaal vestigen in historische binnensteden.

Onderzoeken naar commercieel gebruikte monumentale panden zijn dun gezaaid. Dat monumentaal vastgoed wel degelijk een andere dynamiek herbergt blijkt uit de gepubliceerde woningonderzoeken. De vraag is of een andere dynamiek ook in bedrijfstvastgoed merkbaar en meetbaar is. Zijn de kenmerken van monumentale panden aantrekkelijk voor bedrijven? Of biedt monumentale regelgeving juist belemmeringen voor de bedrijfsvoering. Welke rol speelt locatie in dit geheel? historische binnensteden zijn al decennialang het centrum voor economische ontwikkeling maar welk aandeel hebben monumentale bedrijfspanden hierin?

### 1.1 Doel

Het doel van dit onderzoek is tweeledig. Allereerst is een cijfermatige onderbouwing noodzakelijk om een idee te geven van de omvang van de markt. Het kwantitatieve deel belicht een aantal specifieke karakteristieken van monumentale panden en vergelijkt deze met niet-monumentale panden. Hieruit kan blijken wat monumentale panden anders maakt dan vergelijkbare panden. Aan de hand van een unieke combinatie aan databronnen die specifiek voor dit onderzoek zijn samengesteld worden uitspraken gedaan. Hierbij moet gedacht worden aan het gemiddelde oppervlakte van panden, het type bedrijven dat zich vestigt en gemiddelde huurprijzen. De gepercipieerde unieke karakteristieken die verwacht worden bij monumenten gaan onder een vergrootglas.

Om bovenstaande gegevens te kunnen interpreteren is ondersteuning van betrokken actoren noodzakelijk. Het tweede doel is een kwalitatieve beschrijving van de situatie op de deelmarkt van



monumentaal vastgoed. Met behulp van interviews met een aantal respondenten kunnen de data geïnterpreteerd worden. Door de combinatie van deze methoden wordt het doel bereikt: een compleet beeld van een vastgoedmarkt in monumenten.

Het onderzoeksgebied is afgebakend als de Utrechtse binnenstad. Deze binnenstad kent een hoog historisch gehalte en is derhalve uitermate geschikt voor een onderzoek als deze. Deze gevalstudie heeft de ambitie om te komen tot een systematiek van een deelmarkt die geldend is voor meerdere Nederlandse steden.

### *Vraagstelling*

Vanuit bovenstaand doel is de volgende onderzoeksvraag geformuleerd:

**In hoeverre en op welke wijze verschilt de marktdynamiek van monumentaal vastgoed van de gehele commerciële markt in de Utrechtse binnenstad en wat zijn de gevolgen het vestigings- en investeringsgedrag van bedrijven?**

Om bovenstaande vraag te beantwoorden zijn een aantal deelvragen noodzakelijk:

1. Wat is de huidige situatie van monumentale panden in Utrecht?
2. Welke pandkarakteristieken bezitten monumenten en hoe beïnvloedt dit de aantrekkelijkheid voor bedrijven?
3. Wat zijn de kenmerken van gebruiksfuncties in monumenten?
4. Welke transactiedynamiek vindt er plaats op de vastgoedmarkt van monumenten?
5. Welke bedrijven vestigen zich in monumentale panden en wat zijn de geassocieerde motieven en beperkingen?
6. Wat is de positie van de overheid ten opzichte van monumentaal bedrijfstvastgoed?

### **1.2 Maatschappelijke relevantie**

Zoals eerder in de inleiding bleek is monumentaliteit een 'hot item' geworden. De interesse voor de gebruikswaarde van monumentale panden is de laatste jaren sterk toegenomen. De meerwaarde die het vestigen in een monumentaal pand biedt voor bedrijven is nog onbekend. Dit is zeer relevant voor het verantwoorden van huisvestigingskosten van bedrijven. Op dit moment is het onbekend wat monumenten bijdragen aan de bedrijfsvoering van bepaalde bedrijven. Door dit onderzoek kan beter inzicht verkregen worden in de processen en dynamiek die achterliggend zijn aan de deelmarkt van monumenten. Bedrijven kunnen met behulp van dit onderzoek een meer gefundeerde keus maken in het huisvestingsproces omdat de factor 'monumentstatus' meegenomen kan worden.

Daarnaast biedt dit onderzoek aanknopingspunten voor de gemeente Utrecht om beleid op te baseren. Het aantrekken van bedrijvigheid en het hebben van een levendige stad is een speerpunt waarbij bedrijven essentieel zijn. Inzicht in de bedrijfsdynamiek binnen monumentale panden kan helpen bij het aantrekken van een bepaald soort bedrijvigheid met hierop aangepaste regelgeving.

### **1.3 Wetenschappelijke relevantie**

Een grote lacune in de onderzoeksliteratuur is het bedrijfstvastgoed. Uitgebreid onderzoek is uitgevoerd naar woonhuizen en bijbehorende prijsverschillen als gevolg van de monumentaliteit of monumentale omgeving. Wat ontbreekt binnen deze verzameling literatuur zijn de commercieel gebruikte panden. In de praktijk blijkt juist een groot deel van de monumenten in binnensteden te staan, waar een grote mate van bedrijvigheid plaatsvindt. De eerste focus moet daarom liggen op bedrijven wanneer men spreekt over (economisch) monumentaal onderzoek. Binnen dat kader zal dit onderzoek een toevoeging zijn op de bestaande literatuur. Gezien de verkennende richting van dit onderzoek is vervolgonderzoek noodzakelijk om een volledig beeld te krijgen, ook in andere plaatsen dan Utrecht.

## II Theoretisch kader

Dit hoofdstuk vormt het theoretisch raamwerk voor het uitvoeren van dit onderzoek. Het empirisch gedeelte wordt ondersteund door een overzicht van bestaande kennis en literatuur. Het theoretisch kader start met een overzicht van de veranderende functie van Nederlandse binnensteden. Hierin wordt specifiek aandacht besteed aan de verschillende soorten voorzieningen (*amenities*) van een binnenstad. Vervolgens wordt ingegaan op één *amenity*, namelijk cultureel erfgoed. Hieruit volgt een overzicht van de verschillende aspecten van monumentenzorg in Nederland en hoe er door de jaren heen is omgegaan met monumenten. Een aspect van monumenten is de economische waarde, eerdere onderzoeken naar dit aspect worden vervolgens besproken. Afsluitend besteedt dit kader aandacht aan het gebruik van monumenten voor commerciële functies. Hierbij wordt duidelijk wat de relevante variabelen zijn waarop vastgoedmarkten vergeleken kunnen worden en op welke manier vastgoeddynamiek geoperationaliseerd kan worden. Het kader zal eindigen met het conceptuele model dat gebruikt is voor dit onderzoek.

### 2.1 De veranderende positie van de binnenstad in de stedelijke economie

Een binnenstad in Nederland biedt een groot scala aan functies en voorzieningen. In die rol heeft de binnenstad grote waarde voor de gehele stad. Van oudsher bevindt zich het economische, culturele en bestuurlijke centrum in de binnenstad. Daardoor zijn tal van voorzieningen in die nabijheid neergestreken om te profiteren van externaliteiten als gevolg van urbanisatievoordelen (Lambooy & Van Oort, 2003). Toch hebben er in het verleden uittrekkende bewegingen plaatsgevonden van de binnenstad naar stadsrandzone's. Zeker in de jaren zeventig en tachtig van de vorige eeuw gingen bedrijven op zoek naar bereikbaarheid, ruimte en representatieve omgevingen (Atzema et al., 2009). Vooral buitenstedelijke winkelveorzieningen en e-commerce gaan steeds meer concurreren met hun binnenstedelijke branchegenoten. Hogere demografische druk heeft deze ontwikkelingen in de hand gewerkt.

De aantrekkelijkheid van Nederlandse binnensteden als woonomgeving verminderde als gevolg van de uittocht naar groeikernen in de jaren zeventig en als gevolg van stadsvernieuwing tijdens de jaren tachtig (Van der Cammen et al., 2012). Maar sinds de jaren negentig is de negatieve spiraal van verloedering en verpaupering doorbroken, de stad kwam weer in trek met reürbanisatie als gevolg (Van Oort et al., 2010). Sinds 2003 is de stedelijke bevolkingsgroei groter dan in gebieden daarbuiten (Evers et al., 2014). De andere waardering van de stad als woonplek heeft gevolgen voor het economisch klimaat. Bedrijven vestigen zich waar de arbeid zit, en dat is meer en meer in de binnensteden. Het adagium uit de *human capital theory* dat 'werken wonen volgt' (Marlet & Van Woerkens, 2007) is zeer van belang in gebieden met hoogwaardige voorzieningen. In het bijzonder voor creatieve, innovatieve bedrijven is de aanwezigheid van hoogopgeleide, creatieve kenniswerkers een belangrijke vestigingsfactor. Dit wordt ondersteund door de positieve relatie tussen kenniswerkers en economische groei in Nederland zoals blijkt uit onderzoek van Raspe en Van Oort (2006) en Van Oort et al. (2009).

Van Oort et al. (2013) bepleiten wel een nuance op de eerder genoemde relatie tussen werken en wonen. De conclusie van Marlet en Van Woerkens (2007) is voornamelijk toepasbaar op de noordvleugel van de Randstad, maar ook in die regio is voorzichtigheid geboden. Als gevolg van sterke agglomeratie-effecten in werkgelegenheid is het alternatieve adagium: 'werken volgt werken'. In bijvoorbeeld de zuidvleugel zullen de beleidsinstrumenten voor het accommoderen of zelf genereren van economische dynamiek, zoals woningbouw of faciliteren van hoogwaardige voorzieningen, niet hetzelfde effect hebben als voor de noordvleugel. Volgens Van Oort et al. (2013) is dit in ieder geval niet mogelijk zonder gelijktijdige ontwikkeling van innovatieve en moderne (stuwende) werkgelegenheid.

Door de groei van de huidige kenniseconomie ofwel culturele economie ontstaan er nieuwe typen bedrijvigheid waar een binnenstad geschikt voor is, een economische structuurverandering (Van Oort & van Eck, 2010). Een grootstedelijke atmosfeer met culturele, culinaire en zakelijke dienstverlening vormt een geschikte vestigingsplaats voor bedrijven van deze tijd. Binnensteden zijn voorbeelden geworden voor de huidige postindustriële economie met internet start-ups, kenniswerkers en

*funshopping* (Evers et al., 2014). Glaeser (2011) beschouwt de florerende binnenstad als de '*Triumph of the City*'. De stad als een verzameling mensen met weinig fysieke afstand leidt tot kennisoverdracht. Zulke kennis *spill-overs* hebben een positief effect op het vestigingsklimaat en de concurrentiepositie van een stad.

### 2.1.1 Amenities

De aantrekkelijkheid van een binnenstad wordt voor een deel bepaald door de aanwezige voorzieningen, ook wel *amenities* genoemd. In de literatuur wordt op twee manieren onderzoek gedaan naar *amenities* en economie. Als eerste het effect op vastgoedprijzen en als tweede het effect op migratie. Hieraan ten grondslag ligt de theorie dat *amenities* gewaardeerd worden door de gebruikers, wat terug te zien is in het effect op prijzen (Wu, Adams & Plantinga, 2004; Diamond, 1980; Polinsky & Shavell, 1976). Daarnaast hebben *amenities* die niet uit de markt komen (zoals landschappen en kustlijnen) invloed op locatiekeuze (Chen & Rosenthal, 2008). De gebruikers met een bovengemiddelde vraag naar specifieke stedelijke *amenities* zijn volgens Florida (2002) de creatieve kenniswerkers. Yigitcanlar et al. (2007) beschrijven de woonbehoeftes van kenniswerkers als gebieden rijk aan winkels, pittoreske plaatsen, veel activiteiten en kunstuitingen.

Door het werk van Florida is er een nieuw perspectief ontstaan op de positieve relatie tussen de creatieve klasse en economische groei. Innovatieve bedrijven worden aangetrokken door de aanwezigheid van de creatieve klasse, omdat veel hoogopgeleide kenniswerkers zich in deze klasse bevinden. Zoals eerder gezegd is dit de groep die zich aangetrokken voelt tot *lifestyle-amenities* zoals die zich concentreren in urbane gebieden. Deze bevindingen zijn empirisch gestaafd door de werken van Kotkin (2000) en Sommers en Carlson (2000) waaruit blijkt dat zogenaamde *high-technology industries* in het bijzonder worden aangetrokken door *high-amenity districts*. Florida heeft de creatieve klasse gedefinieerd aan de hand van hun specifieke levensstijl en hun sterke betrokkenheid bij creatieve activiteiten. Daarnaast heeft hij binnen de creatievelingen een kleine groep afgebakend: de *bohemians*, dit zijn vooral kunstenaars en cultureel werkers. Het relatieve aantal *bohemians* heeft Florida aan de hand van de *Bohemian index* positief gecorreleerd aan het aantal hoogopgeleiden en de concentratie van *high-tech industries*. Hieruit blijkt dat de aanwezigheid van een kleine artistieke groep een grote aantrekkingskracht heeft op hoogopgeleide en tolerante mensen. De aanwezigheid van deze groep leidt vervolgens tot de vestiging van bedrijven met hooggekwalificeerd en innovatief werk. De ideeën van Florida hebben ertoe geleid dat cultuur gezien wordt als een belangrijke groeifactor in moderne steden.

Glaeser et al. (2000) beargumenteren dat er vier soorten *amenities*<sup>1</sup> zijn die kritieke invloed hebben op de aantrekkelijkheid van een stad. Als eerste is een rijke variëteit van services en consumptiegoederen van belang. Volgens Van Oort en Van Eck (2010, p. 1) suggereert de recente internationale literatuur een revolutie, met de binnenstad als 'hernieuwd producenten- en consumentencentrum'. De focus op consumenten in de binnenstad is toegevoegd aan de eeuwenoude productiefunctie. Doordat de huurprijzen sinds 1970 sneller zijn gestegen dan de lonen, kan geconcludeerd worden dat hoewel de productiviteit gestegen is, de kwaliteit van leven nog sneller is gestegen (Glaeser et al., 2000). De tweede essentiële voorziening is collectieve goederen. Goede scholen en een laag criminaliteitscijfer worden geassocieerd met stedelijke groei. Deze factoren zorgen vervolgens voor het aantrekken van hoogopgeleid personeel. Wanneer scholing vervolgens weer groei veroorzaakt, zit er een duidelijk *multiplier* effect op deze *amenity*. De derde *amenitie* die Glaeser et al. (2000) onderscheiden is snelheid. Het gebied waarbinnen services en banen aanwezig zijn moet niet te groot en goed bereikbaar zijn. Gebieden waar de transportkosten hoog liggen worden gemeden door consumenten.

De laatste *amenity* volgens Glaeser et al. (2000) is de schoonheid van de fysieke omgeving (*aesthetics*). Er is nog weinig bekend van de rol van architectonische schoonheid, maar duidelijk is dat aantrekkelijke steden op dat vlak, beter presteren (zoals San Francisco). Individuen vinden het steeds belangrijker om in een prettige omgeving te wonen wat betreft fysieke attributen. Niet alleen geldt dit

---

<sup>1</sup> Bewerkte volgorde, komt niet overeen met de oorspronkelijke reeks in het artikel

voor huishoudens (Koster & Rouwendal, 2015), ook bedrijven zien stedelijke *amenities* in toenemende mate als een belangrijke vestigingsplaatsfactor (Van Oort, 2006). In dit verband is erfgoed als omgevingsfactor belangrijk voor de aantrekkelijkheid en heeft dus ook economische waarde voor een stad.

## 2.2 De bijdrage van cultureel erfgoed aan de aantrekkelijkheid van binnensteden

Het belang van cultureel erfgoed wordt op verschillende manieren gewaardeerd in een samenleving. Volgens bepaalde groepen is het een deel van de historie dat niet verloren mag gaan, terwijl anderen de economische meerwaarde voor toerisme belangrijk vindt. Sommigen zien vooral de kansen en sommigen vooral de lasten met betrekking tot monumentaal vastgoed. Men is hier in verschillende tijdperken op verschillende manieren mee omgegaan.

### 2.2.1 Cultureel erfgoed

De nota Belvedere bevat de verschillende aspecten en belevingen met betrekking tot cultureel erfgoed. Dit overheidsinstrument was tussen 1999 en 2009 bedoeld om cultuurhistorie in te zetten bij ruimtelijke transformaties, en was lange tijd sturend. De volgende aspecten gaven het belang aan van cultureel erfgoed bij culturele identiteit en kwaliteit van de leefomgeving:

- “- Identiteit en zingeving; cultuurhistorische kwaliteiten verschaffen bewoners van een dorp, stad, streek of land een gevoel van eigenheid.
- Contrapunt voor mondialisering; behoefte aan historisch verankerde identiteit, gaat in tegen de dominante invloed van een nivellerende mondiale cultuur.
- Informatiebron; cultuurhistorie als een bron van geschiedenisonderwijs en voorlichting- Inspiratiebron; cultuurhistorie levert cultuurhistorische informatie die inspiratie kan geven aan ontwerpers van steden, landschappen en gebouwen.
- Esthetische waarde; schoonheid bestaat in vele varianten en wordt door velen genoten. Genot en plezier zijn waarden op zichzelf.
- Ecologisch belang; cultuurhistorische elementen en patronen in het landschap hebben veelal ecologische waarde, hiermee dragen ze bij aan biodiversiteit.
- Economisch belang; cultuurhistorische kwaliteit leidt al snel tot een hogere marktwaarde en biedt grote mogelijkheden voor recreatie en toerisme” (Rijksoverheid, 1999).

### 2.2.2 Monumentenzorg in Nederland

De betekenis van erfgoed in Nederland is door de jaren heen sterk veranderd. Tot in de jaren tachtig was het behoud vooral gericht op individuele monumenten zonder context (Baarveld et al., 2014). Daarna met de komst van nota Belvedere is gebiedsontwikkeling een belangrijker element geworden. Andere vormen van baten die erfgoed kunnen opleveren zijn duidelijk geworden. De ideeën over het omgaan met erfgoed veranderen mee met de samenleving. In het kader van erfgoedzorg onderscheiden Janssen et al. (2014) drie benaderingen: erfgoed als sector, erfgoed als factor en erfgoed als vector. Deze benaderingen zijn alle drie reacties op nieuwe, maatschappelijke uitdagingen van erfgoed. Ze representeren verschillende paradigma's die heersen ten aanzien van erfgoed, en in die verschillende zienswijzen ontstaan geregeld botsingen. Inzicht in de achtergronden zijn van essentieel belang om te begrijpen waarom actoren op een bepaalde manier handelen en erfgoed op een bepaalde manier inzetten.

#### *Erfgoed als sector*

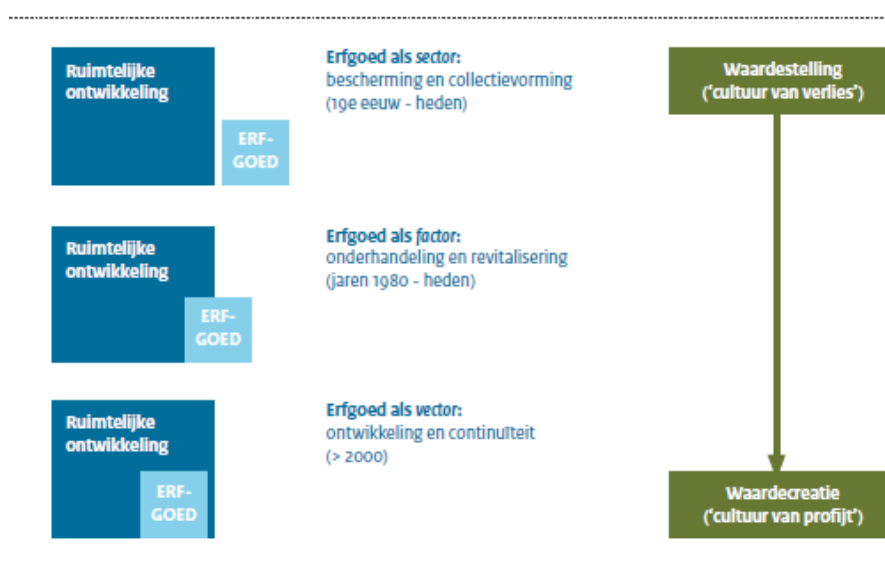
Deze benadering die zich rond 1900 ontwikkelde door de elite, wil het onvervangbare en historische van cultureel erfgoed beschermen tegen maatschappelijke en ruimtelijke dynamiek. De kern van deze vorm van bescherming is het nauwkeurig behoud van het object. Erfgoed wordt gezien als een op zichzelf staande sector, waar ruimtelijke ordening of de economie weinig mee te maken heeft. In de tijd dat dit paradigma dominant was waren het vooral de particulieren die zich verzamelden in onder andere de Koninklijke Nederlandse Oudheidkundige Bond (KNOB) (1899) en de Bond Heemschut (1911) (Nationaal Restauratiefonds, 2010). In de tweede helft van 20<sup>e</sup> eeuw nam de wet- en regelgeving vanuit de nationale overheid die taak over. De Monumentenwet uit 1961 was hier een

exponent van. Vanaf die tijd is het erfgoed als het ware geïnstitutionaliseerd, hieruit volgde de erfgoedsector. Met sector wordt bedoeld dat er een systeem bestaat met financiële, juridische en beleidsmatige kaders waarmee het behoud en duurzame beheer van erfgoed wordt gewaarborgd. Door collectievorming blijft het roerend erfgoed bewaard in musea of particuliere collecties. Het onroerend erfgoed wordt beschermd door uitsluiting van ruimtelijke transformaties, met behulp van de monumentenlijst.

Hieruit volgt dat ruimtelijke ordening geen invloed heeft op het erfgoed binnen de sectorbenadering. Het contrast tussen heden en verleden moet zo groot mogelijk zijn, overlap en hybridiseren krijgt geen plaats. De macht van de wetenschapper en professional is zeer groot. Zij baseren op basis van een reeks strenge criteria wat wel of niet de waarde van erfgoed heeft en dus bescherming dient te krijgen. De huidige instituties zijn erop gericht om de sectorbenadering in stand te houden. Het stelsel van subsidies en wet- en regelgeving legitimeert een technisch-instrumentale houding. Volgens Janssen et al. (2014) heeft de materiële integriteit van historisch erfgoed het primaat binnen het sectorparadigma.

#### *Erfgoed als factor*

De volgende houding ten aanzien van erfgoed is de factorbenadering. De basis van deze benadering is het besef dat niet al het erfgoed op dezelfde wijze in goede fysieke toestand kan worden bewaard. Hieruit ontstaat een meer dynamische omgang waarin erfgoed kan gaan bijdragen aan een hogere leefomgevingskwaliteit (Janssen et al., 2014). Door de integrale gebiedsontwikkelingsprojecten van de jaren '80 en '90 is erfgoed één aspect geworden in een marktgedreven ontwikkeling. Binnen de factorbenadering is erfgoed een onderdeel geworden van de ruimtelijke kwaliteit in een nieuw plan. De doelstelling is om culturele en economische waardevermeerdering te bewerkstelligen met behulp



Figuur 2.1 Interactie ruimtelijke ordening en erfgoedzorg (bron: Jansen et al., 2014, p. 12)

van erfgoed, in plaats van het strikte verbieden zoals in de sectorbenadering. De toevoeging van monumenten aan een aantrekkelijk woon-, leef- en vestigingsklimaat wordt belangrijker. Attractiviteit en samenwerking met andere sectoren (recreatie, natuurontwikkeling, waterbeheer) staan centraal. In 1999 werd de nota Belvedere geïntroduceerd. Volgens het Nationaal Restauratiefonds (2010) werd hiermee een belangrijke verandering in het denken over monumenten in gang gezet. De nota is ondertekend door verschillende partijen (ministerie van OCW, VROM, LNV en V&W) wat aangeeft dat cultuurhistorie een bredere toepassing is gaan krijgen binnen de ruimtelijke inrichting. Door het integrale denken over cultuurhistorie wordt het monumentale object niet meer los gezien van de ruimtelijke omgeving, maar staat het behouden van cultuurhistorische waarden door ontwikkeling centraal.

### *Erfgoed als vector*

De vectorbenadering zoekt de waarde van erfgoed niet per definitie op het materiële niveau van concrete en tastbare omgevingen en artefacten. De nadruk bij deze benadering ligt op de narratieve dimensie van onroerend erfgoed (Janssen, 2014). Erfgoed wordt gezien als een vector, die de ruimtelijke planvorming kan omlijsten met een historisch perspectief. De overlevering van historische gebeurtenissen speelt een grote rol, de erfenis van vele generaties gebruikers van de fysieke omgeving moet doorgegeven worden. De vorm van onderzoek die goed past binnen deze benadering is de landschapsbiografie. Deze levensloopbeschrijving van een cultuurlandschap geeft de historische feiten weer in chronologische volgorde. Sporen uit het verleden moeten een plaats krijgen in de ruimtelijke ontwikkeling, het isoleren en conserveren in tijd en ruimte is zinloos. De overheid of markt heeft een kleine rol binnen dit paradigma, de aansluiting wordt vooral gezocht in de samenleving want daar gaan de historische verhalen rond.

Voor het economische aspect van erfgoed is vooral de factorbenadering van belang. De overheid trekt zich steeds meer terug als actor in de erfgoedzorg en de markt neemt die plaats in. Dit perspectief rechtvaardigt het inzetten van erfgoed als een economisch middel. De waarde van erfgoed kan bijdragen aan het in standhouden daarvan. Erfgoed kan ook leiden tot waardevorming in gebiedsontwikkeling. Onderwerpen als esthetiek en ruimtelijke kwaliteit staan centraal in dit nieuwe denken over erfgoed. Niet alleen materiële, maar ook immateriële dimensies spelen een rol in de sociaal-constructivistische aanpak. De tijd van logisch positivisme, met het technisch-instrumentele perspectief verschuift naar de achtergrond. Het perspectief is tegenwoordig meer open en strategisch-politiek (Janssen et al., 2014).

### 2.2.3 Erfgoed en de waarde van vastgoed

Erfgoed als element voor waardecreatie opent de mogelijkheid voor metingen naar de concrete monetaire waarde. Als erfgoed een volwaardige economische rol gaat krijgen in de binnenstad is onderzoek noodzakelijk. Nijkamp (2012) heeft een reeks aan methoden beschreven die bruikbaar zijn in het economisch valueren van erfgoed. De genoemde methoden zijn *compensation*, *social cost-benefit*, *stated preference* en *revealed preference methods* (compensatie, sociale-kosten voordeel, uitgesproken voorkeur en verborgen voorkeur methoden). Compensatiemethoden zoeken naar de kosten en de baten die veroorzaakt worden door een verschil in de beschikbaarheid of kwaliteit van een cultureel erfgoed. Hypothetisch gezien is het de moeite waard om te herbouwen of te restaureren wanneer de sociale waarde minstens even hoog is als de schaduwprijs. De *social cost-benefit method* heeft geleid tot de twee aanvullende methoden: *economic impact assessment* en *multicriteria analysis*. Economische impact analyse wordt vooral gebruikt in het valueren van verschillende typen cultureel erfgoed, in het bijzonder erfgoed dat grote aantallen toeristen trekt die geld uitgeven buiten het impact gebied (Snowball, 2008). Het is hierbij van belang om alleen die uitgaven te meten die anders niet gedaan waren. Groepen die zonder de aanwezigheid van cultureel erfgoed andere uitgaven hadden gedaan, moeten geïdentificeerd worden. Multicriteria analyse biedt de mogelijkheid om kwalitatieve en kwantitatieve effecten van plannen te meten. Door de vele waarde-genererende aspecten van erfgoed is multicriteria analyse een goed instrument wanneer er vergelijkingen gemaakt moeten worden op basis van alternatieven.

De derde genoemde methode door Nijkamp (2012) is *stated preference methods*. Deze vanuit de behaviorale economie afkomstige techniek is gericht op de individuele bereidheid om ergens voor te betalen. Over het algemeen is de marginale bereidheid om te betalen gelijk aan de prijs van een marktproduct. Maar er zijn goederen met waarde die niet worden verhandeld op een markt, binnen de context van cultureel erfgoed bijvoorbeeld het wonen in een historische binnenstad. Met deze methode wordt geschat wat de bereidheid is om te betalen voor een niet-markt product. Vaak worden enquêtes gebruikt om dit te meten. Voorbeeld van studies uitgevoerd aan de hand van deze methode zijn Navrud en Strand (1992), Alberini et al. (2003), Neuts en Nijkamp (2011). Tot slot is er de *revealed preference methods* bestaande uit de *travel cost method* en de *hedonic price method*. De reiskosten methode bepaalt het financiële offer (reiskosten, entreegeld, verblijfkosten) dat iemand bereid is te

betalen om het cultureel erfgoed te bezoeken. Voorbeelden van onderzoeken zijn van Boter et al. (2005), Bedate et al. (2004) en Alberini en Longo (2006). De laatste valueringsmethode is de hedonische prijsmethode. Deze wordt besproken in het kader behorende bij het onderzoek van Ruijgrok.

De economische effecten van historische kenmerken op het pand zelf zijn onderzocht door Ruijgrok (2006). Dit is het eerste Nederlandse onderzoek dat gebruik maakt van de hedonische prijsmethode (zie kader) als techniek om de financiële impact van historiciteit te meten. Hieruit blijkt (in het geval van Tiel) dat 15% van de vastgoedwaarde wordt bepaald door de aanwezigheid van historisch kenmerken in gebouwen en hun omgeving. Het onderzoek mist een correctie voor ruimtelijke afhankelijkheid of voor historische ruimtelijke patronen (Lazrak et al., 2014). De waarde van vastgoed wordt in veel gevallen bepaald door wat de gebruiker er voor wil betalen. Lazrak en Rouwendal (2013) constateren dat eigenaren bereid zijn om voor panden met een monumentstatus 26% meer te betalen. In vergelijkbare studies van Deodhar (2004) wordt een 12% hogere prijs gevonden voor panden met een monumentale status, Noonan (2007) vind een 10,5% meerwaarde van monumenten ten opzichte van vergelijkbare panden.

#### **Hedonische prijsmethode**

Griliches (1971) en Rosen (1974) hebben het idee opgevat van impliciete prijzen voor karakteristieken, die geschat kunnen worden door prijsregressies uit te voeren op de karakteristieken. Deze prijzen geven de marginale betaalbereidheid van consumenten aan. Een belangrijk probleem van de hedonische prijsmethode is de veelheid aan variabelen die de prijs beïnvloeden. Er bestaat een gevaar dat verkeerde conclusies worden getrokken door gemiste variabelen.

Lazrak et al. (2014) gebruiken voor Zaanstad een hedonische methode om de prijzen van monumenten zelf en de gebouwen in de omgeving te bepalen. De gebruikte hypothesen zijn dat gebouwen die deel zijn van het culturele erfgoed meer waard zijn dan gebouwen zonder die status en dat door positieve *spill-over* effecten de waarde van het nabije vastgoed stijgt. Uit de resultaten blijkt dat de meerwaarde van monumentstatus 29,6% is in Zaanstad. Voor omliggende panden blijkt een extra stijging van 0,28% waarde voor elk monument binnen een 50-meter radius. De huizen die zijn verkocht binnen een beschermd stadsgezicht zijn 27,9% meer waard. De conclusie die getrokken kan worden is dat er sterke historische *ensemble* effecten zijn, en dat monumenten meer gewaardeerd worden wanneer ze geclusterd zijn binnen een gebied met een sterke historische identiteit.

In de studie van Koster en Rouwendal (2015) wordt gekeken naar de invloed van investeringen in monumenten. De focus ligt op de externe effecten van investeren op de omringende panden. Ze onderscheidden een tweeledig effect, allereerst is er het directe positieve effect van investeren op de waarde van omringende woningen. De argumentatie hierbij is dat een hogere kwaliteit van de historische *amenities* leidt tot een verhoogd algemeen *amenity* niveau in de buurt. Ten tweede kunnen investeringen in monumenten het indirecte effect hebben dat omringende huishoudens private investeringen doen om de kwaliteit van hun huis te verbeteren. De uitkomst is dat er voor indirecte effecten geen bewijs is, maar voor directe effecten wel. Een investeringstoename voor monumenten van € 1 mio per vierkante kilometer, leidt tot een stijging van de huizenprijzen van 1,5-5%.

Marlet et al. (2015) hebben het meest recente onderzoek uitgevoerd naar de waarde van monumentaliteit in de Atlas voor Gemeenten. Hierin wordt geconcludeerd dat monumenten bijdragen aan de aantrekkingskracht van een stad. De analyse is beperkt tot woningen en toch concluderen zij dat monumenten bijdragen aan het vestigingsklimaat voor bedrijven, met het achterliggende idee van 'werken volgt wonen'. Uitspraken over het vestigingsklimaat worden verder niet onderbouwd vanuit de bedrijfsoptiek. De cijfermatige conclusie is dat een bewoner van een monumentaal pand in de meest monumentale binnenstad van Nederland, gemiddeld bereid is om 125.000 euro meer voor zijn woning te betalen. De uitkomsten zijn gefilterd zodat puur gemeten is op het monumentale karakter van de woning en de woonomgeving. De schrijvers hebben gecorrigeerd voor de grote diversiteit aan voorzieningen die geassocieerd zijn met een plek in een binnenstad.

De gevolgen van het ruimtelijke-ordeningsbeleid kunnen sterk verstorend werken op vastgoedmarkten. In internationaal perspectief is dit gebleken uit de studies van Cheshire et al. (2014),

Cheshire en Sheppard (2002), Glaeser et al. (2005), Glaeser en Ward (2009) en Qiqley et al. (2005). In Nederland zijn de beperkingen van ruimtelijke ordening voor cultureel erfgoed beschreven door Koster (2014). Door onderzoek te doen naar de brandgrens in Rotterdam, die ontstaan is door de bombardementen in de tweede wereldoorlog, zijn effecten van ruimtelijk beleid gevonden. Vlak buiten het gebombardeerde gebied is veel cultureel erfgoed aanwezig, er moet dus een verschil in restricties zijn tussen panden binnen of buiten het gebied. De kosten door ruimtelijke restricties kunnen oplopen tot tien procent van de woningprijs. Geconcludeerd wordt dat cultureel erfgoed nog wel beschermd moet worden, maar dat de substantiële kosten voor huiseigenaren niet vergeten mag worden. Alleen als de positieve externe effecten groot genoeg zijn moet overgegaan worden op bescherming.

Uit het voorgaande is gebleken dat erfgoed een lastig fenomeen is om te onderzoeken vanuit een economisch gezichtspunt. Het heterogene, non-markt product erfgoed is moeilijk uit te drukken in monetaire termen. Er bestaat een grote hoeveelheid dimensies waarmee erfgoed gewaardeerd wordt. De marktwaarde van een pand is een manier waarbij verschillende dimensies samengevoegd worden in één getal, namelijk de prijs die de consument ervoor over heeft om het pand te bezitten. Genoemde onderzoeken proberen de voordelen van monumentstatus te becijferen, maar wanneer het monumentale vastgoed als vestigingslocatie wordt gezien spelen meerdere factoren een rol naast de prijs.

#### 2.2.4 Erfgoed en de economische aantrekkelijkheid

Velen voelen dat erfgoed en economie een bepaalde samenhang hebben, maar het is een uitdaging om dit verband te kwantificeren. De economische waarde van erfgoed is van belang voor investeerders/beleggers in vastgoed of het vestigingsgedrag van een bedrijf. Om bepaalde keuzes te verantwoorden is cijfermatige onderbouwing noodzakelijk. Verschillende onderzoeken gebruiken elk hun eigen indicatoren waarmee een gevoel gekregen kan worden van de meerwaarde van erfgoed. Diverse studies tonen de positieve economische effecten aan.

De schoonheid van de bebouwde omgeving is één van de vier *urban amenities* die in paragraaf 2.1.1 zijn beschreven. Vanuit de *amenity-growth theory* wordt het menselijk kapitaal van hoogopgeleiden centraal gesteld (Janssen, 2012). Deze groep is bereid meer te betalen voor een omgeving met natuur en cultuur en door hun hogere inkomen kunnen zij dat ook. Dat de aanwezigheid van cultureel erfgoed hoogopgeleide huishoudens aantrekt, is onderzocht in Nederland door Marlet en Poort (2005). Vervolgens blijken de locaties met veel hoogopgeleide huishoudens meer bedrijven aan te trekken en presteren ze economisch beter (Marlet & Van Woerkens, 2005; Florida, 2002). Samengevat trekt cultureel erfgoed hoogopgeleide huishoudens aan en door die aanwezigheid vestigen geavanceerde bedrijven zich op die plek en groeit de economie. Deze verbanden geven meer inzicht in de werking van erfgoed op de economie. De invloed van erfgoed op bedrijven en de economie kan niet los gezien worden van de *urban amenities* die worden gewaardeerd door de hoger opgeleiden. Van Duijn en Rouwendal (2011, p. 3) noemen cultureel erfgoed een '*anchor point*' voor bloeiende regio's met winkels, restaurants, theaters en dergelijke. De locatiekeuze van huishoudens wordt beïnvloedt door de aanwezigheid van zulke faciliteiten waar in het bijzonder hoger opgeleiden waarde aan hechten. Van Duijn en Rouwendal (2013) voegen daaraan toe dat de concentratie van huishoudens met een hoog inkomen aantrekkingskracht uitoefent op soortgelijke huishoudens. Dit *multiplier* effect toont aan dat sociale verbanden een rol spelen.

In internationaal perspectief is het economisch belang van cultureel erfgoed aangetoond door Faria en León-Ledesma (2009). In dit artikel wordt op basis van Weber de hypothese gesteld dat cultuur een grote impact heeft op economische groei en ontwikkeling. Ondersteund door het verschil in economisch succes tussen protestants en katholiek Europa. Cultureel erfgoed wordt in de studie van Faria en León-Ledesma gebruikt als indicator voor de mate van intensiteit van de rol die cultuur speelt in een samenleving. De verwachting is dat het comparatieve voordeel dat erfgoed biedt wordt gereflecteerd door universele culturele eigenschappen waardoor groei ontstaat. De verwachting dat cultureel erfgoed groei stimuleert blijkt uit te komen. Haspel (2011) ondersteunt het beeld dat cultuur niet de economie volgt, maar dat intelligente bedrijven zich vestigen in een stad waar het erfgoed een



element is van de woningvoorraad en activiteiten. Maar er zijn ook steden waar *urban amenities* niet aanwezig zijn. Brueckner et al. (1999) hebben aangetoond dat het grote verschil aan voorzieningen er voor gezorgd heeft dat het centrum van Detroit arm is en het centrum van Parijs rijk.

## 2.3 Het gebruik van cultureel erfgoed (voor commerciële functies)

Vanuit het perspectief van de belegger moet monumentaal vastgoed anders bekeken worden. Naast sfeer van het pand en gevoelswaarde wil de belegger/investeerder weten hoe het pand presteert als beleggingscategorie (*asset class*). De waardevastheid, doorloop van huurders, hoogte van huren, onderhoudskosten zijn factoren die een rol gaan spelen. Om grip te krijgen op monumentaal vastgoed als belegging beschrijft deze paragraaf allereerst beleggen in onroerend goed in het algemeen.

### 2.3.1 Vastgoedbeleggingen

Beleggen is het 'investeren van geldmiddelen in vermogenstitels anders dan spaarvormen, zoals aandelen, obligaties, onroerend goed en in andere titels, om bepaalde doelstellingen en resultaten te realiseren, waaronder beleggingsinkomsten en/of een waardestijging van het vermogen' (Van Gool et al., 2013, p. 24). Daarnaast is beleggen ook het opgeven van huidige bedragen in ruil voor onzekere inkomsten in de toekomst. Wanneer het de eigenaar gaat om de diensten en producten die het object hem kunnen leveren als productiemiddel, is dit geen beleggen maar investeren. Bij investeren zijn de diensten van het onroerend goed van belang, en niet het beleggingsaspect. Er zijn verschillende vormen van beleggen: direct en indirect. Direct beleggen in onroerend goed is een belegging in stenen, de belegger is zowel juridisch als economisch eigenaar. Bij indirect beleggen bestaat de belegging alleen uit onroerend goed aandelen (van Gool et al., 2013). Er is een grote verscheidenheid aan panden waar in belegd kan worden. Voorbeelden van traditionele onroerende goederen zijn landbouwgronden, woningen, kantoren, appartementen, parkeergarages, opslagruimtes, maar ook bijzondere categorieën vastgoed zoals fabrieken, werkplaatsen, kloosters, forten en monumenten. Indirect beleggen in onroerend goed houdt in dat de belegger niet de rechtstreekse eigenaar is van een pand, maar door de financiële vermogenstitel recht heeft op de opbrengsten van het onroerend goed. De markten waarop deze stukken verhandeld worden zijn de publieke en de private markt.

Dit onderzoek richt zich vooral op de directe beleggingen in onroerend goed. Bij deze vorm heeft de belegger oog voor de diversiteit aan panden en vastgoedmarkten. Bovendien opereert de belegger niet alleen op de vermogensmarkt maar ook op de verhuurmarkt en markten van ontwikkeling en exploitatie. Voor een directe belegger is een overzicht van alle aspecten van een vastgoedmarkt relevant om beslissingen op te baseren, zowel de waardevastheid van het pand als de mogelijkheden om te verhuren. In het overzichtswerk van Van Gool et al. (2013) zijn de kenmerken van direct onroerend goed samengevat in twaalf punten:

1. Direct onroerend goed als vermogensobject en productiemiddel. De belegger opereert zowel op de vermogensmarkt maar ook op de verhuurdersmarkt en ontwikkeling- en exploitatiemarkten. Het ondernemingskarakter is hiermee sterker dan indirect beleggen.
2. Kwetsbaarheid voor de omgeving. Negatieve invloeden van de geografische omgeving hebben sterke invloed op het goed. De economische en fysieke factoren rondom het pand bepalen voor een groot deel de prestaties van het beleggingsobject.
3. Heterogeniteit. Gebouwen zijn allemaal uniek. In allerlei aspecten komt dit naar voren: geografische ligging, aard van het gebouw, staat van onderhoud. De markt is daarom veel complexer dan het is voor homogene goederen. Verhandelen moet vaak stuk voor stuk gedaan worden.
4. Er bestaat geen directe onroerendgoedmarkt. De markt wordt gevormd door een groot aantal deelmarkten die allemaal hun eigen karakteristieken hebben. Dat de markt per onroerend goed verschilt, wordt veroorzaakt door geografische gebondenheid en de eerdergenoemde heterogeniteit.
5. Prijsvorming is niet doorlopend. Hierdoor ontstaat er een markt met onvolledige informatie en marktimperfecties.

6. Relatief hoge eenheidsprijzen. Zeker in vergelijking met obligaties en aandelen is de prijs van één goed zeer hoog. Er is splitsing mogelijk in kleinere eenheden, toch blijft er sprake van een groot bedrag per object. Voor risicospreiding is daarom veel vermogen nodig.
7. Hoge transactiekosten. Naast de overdrachtsbelastingen, notariskosten, opstellen van het contract zijn er ook de hoge informatiekosten voorafgaand aan de transactie. Door de eerder genoemde deelmarkten, onvolledige informatie en heterogeniteit is informatie inwinnen kostbaar.
8. Illiquiditeit. Aan- en verkooptransacties kosten veel tijd, wat veroorzaakt wordt door de heterogeniteit en complexiteit van deze vorm van beleggen.
9. Levensduur van grond is oneindig en van gebouwen lang. Onroerend goed is door deze eigenschappen een lange termijnbelegging.
10. Lange productietijd. Voorbereiding en bouw van onroerend goed duurt lang, daarom reageert het aanbod vertraagd op veranderingen in de vraag. Gevolgen zijn schaarste of overaanbod.
11. Veel overheidsregelgeving. Voor zowel de vastgoedmarkt als de verhuurmarkt gelden een groot aantal regels. Op het gebied van ruimtelijke ordening, bouwvoorschriften, huurprijzen, pacht en milieu beïnvloeden overheden de prestaties van beleggingen.
12. Het beleggen in onroerend goed is managementintensief. De huuropbrengsten van een pand zijn te beïnvloeden door de belegger/eigenaar. Dit versterkt het beeld van de ondernemingszin die noodzakelijk is om onroerend goed te laten renderen. De noodzakelijke arbeid is bijvoorbeeld huurincasso, verzekering, onderhoud, renovatie en herontwikkeling.

Van Gool et al. (2013, p. 30) hebben op basis van deze kenmerken de voor- en nadelen op een rij gezet die geassocieerd worden met directe beleggingen. De voorgaande 12 aspecten van onroerend goed geven een beeld van de afwijkende vorm van direct onroerend goed binnen de beleggingscategorieën. Het gebrek aan algemeen geldende regels voor vastgoedmarkten blijkt sterk uit de genoemde kenmerken. De grote verscheidenheid tussen onroerende goederen maakt onderzoek complex. In het bijzonder voor de deelmarkt van monumentaal vastgoed geldt dat heterogeniteit meer regel dan uitzondering is. Door de uniciteit van monumenten en de onvolledigheid van informatie en marktimperfecties is informatie over rendementen lastig te verkrijgen.

Rendement is het saldo van inkomsten en lasten van een bepaalde periode, in verhouding tot het kapitaal dat geïnvesteerd is. Het bijbehorende risico is de kans op verschijnselen die het rendement aantasten. Over het algemeen wordt de verhouding risico-rendement beschouwd als gunstig. Oorzaken hiervan zijn de imperfecte markt wat insiders winsten kan opleveren. Daarnaast spelen illiquiditeit en hoge transactiekosten een rol in een rendement dat hoger is. Volgens Van Gool et al. (2013) zijn de goede rendementen van onroerende goederen vaak vertekend door *lagging* en *smoothing* (onderschatten van marktontwikkelingen) tijdens het waarderen van vastgoed. Hierdoor zijn de gemeten risico's kleiner dan in werkelijkheid. Daarnaast zijn de risico's vaak berekend op basis van benchmarkrendementen. Berekeningen worden gedaan voor het pand en niet voor het feitelijke vermogen dat belegd is. Het gebruik van vreemd vermogen wat risicoverhogend is, wordt genegeerd. Diversificatievoordelen spelen in de praktijk doorgaans een kleinere rol in risicospreiding, omdat de portefeuilles kleiner zijn dan het geheel van een benchmark. Dit alles geeft een nuancerend beeld van rendementen die verwacht worden van onroerend goed voor beleggers.

### 2.3.2 Asset class

Van het algemene beeld van beleggen in onroerende goederen vernauwt het theoretisch kader naar de deelmarkt van monumentaal vastgoed. Het strategisch alloceren van beleggingen (*assets*) is één van de belangrijkste keuzes van een portfolio manager. Om tot een gediversifieerde portefeuille te komen moet onderzocht worden welke *asset classes* toegevoegd kunnen worden. De definitie van een *asset class* volgens Greer (1997) is: 'een set van *assets* die overeenkomstige fundamentele economische eigenschappen hebben, de kenmerken moeten van een andere aard zijn dan *assets* die niet tot de groep behoren'. Op verschillende niveaus kunnen *asset classes* onderscheiden worden. Op het hoogste niveau is er een onderscheid tussen kapitaal, consumeerbaar en transformeerbaar bezit en het wegzetten van waardebezit (*capital assets*, *consumable/transformable assets* en *store of value*

*assets*). Onroerend goed wordt gerekend tot het kapitaal bezit (*capital assets*). Van Elp en Konings (2015) hebben *asset classes* gedefinieerd op een lager niveau met het onderscheiden van de deelmarkt van zorgvastgoed. Met deze definitie wordt ervan uitgegaan dat zorgvastgoed op een andere manier functioneert dan de vastgoedmarkt als geheel, zorgvastgoed wordt een *asset class*. Dit opent de mogelijkheid om deelmarkten met specifieke eigenschappen te onderzoeken als afwijkend van de gehele markt. Van Elp en Konings beschrijven een *asset class* als volgt: 'het vastgoed is onderdeel van een markt met een zekere omvang waarin gebouwen vergelijkbare kenmerken en economische blootstelling (dezelfde wet- en regelgeving) hebben. Het vastgoed is onderscheidend ten opzichte van andere beleggingen (in vastgoed)'.

Voor dit onderzoek is dezelfde aanpak gekozen door monumentaal vastgoed te interpreteren als een groep met overeenkomstige kenmerken en economische factoren. Zeker in het geval van wet- en regelgeving is een samenvoeging van monumenten op zijn plaats omdat deze groep daarin duidelijk verschilt van ander vastgoed.

Nederlandse studies over de rendabiliteit van investeren in monumenten zijn marginaal uitgevoerd. De gemeente Arnhem heeft Engelsing Makelaars (2004) opdracht gegeven om te onderzoeken wat de invloed van monumentale status is op een pand. Door de afbakening tot woonhuizen zijn de resultaten minder interessant vanuit het beleggingsperspectief. Naast de emotionele rendementen die een monument kan opleveren, constateren Engelsing Makelaars dat de koopsom van een woning met rijksmonumentstatus sneller is gestegen dan die van reguliere woningen. Hieruit blijkt de andere werking van deze markt, ook bij de woningen. De afwijkende waardering van de monumentale vastgoedmarkt wordt ondersteund door Vegt (2011) in zijn thesis over kantoorhuisvesting in monumenten. Bedrijven die zich vestigen in een monumentaal pand bepalen deze keuze aan de hand van een hoger huisvestingsdoel: uitstraling van vertrouwen, onderscheidende identiteit, weerspiegeling van duurzame ambitie en aanbieden van een aantrekkelijke werkomgeving. Uit deze analyse blijkt dat het primaat van de vestigingskeuze niet altijd ligt bij economische voor- of nadelen. Met deze irrationaliteit moet rekening gehouden worden bij het rationaliseren en cijfermatig onderbouwen van investeren/beleggen in monumentaal vastgoed.

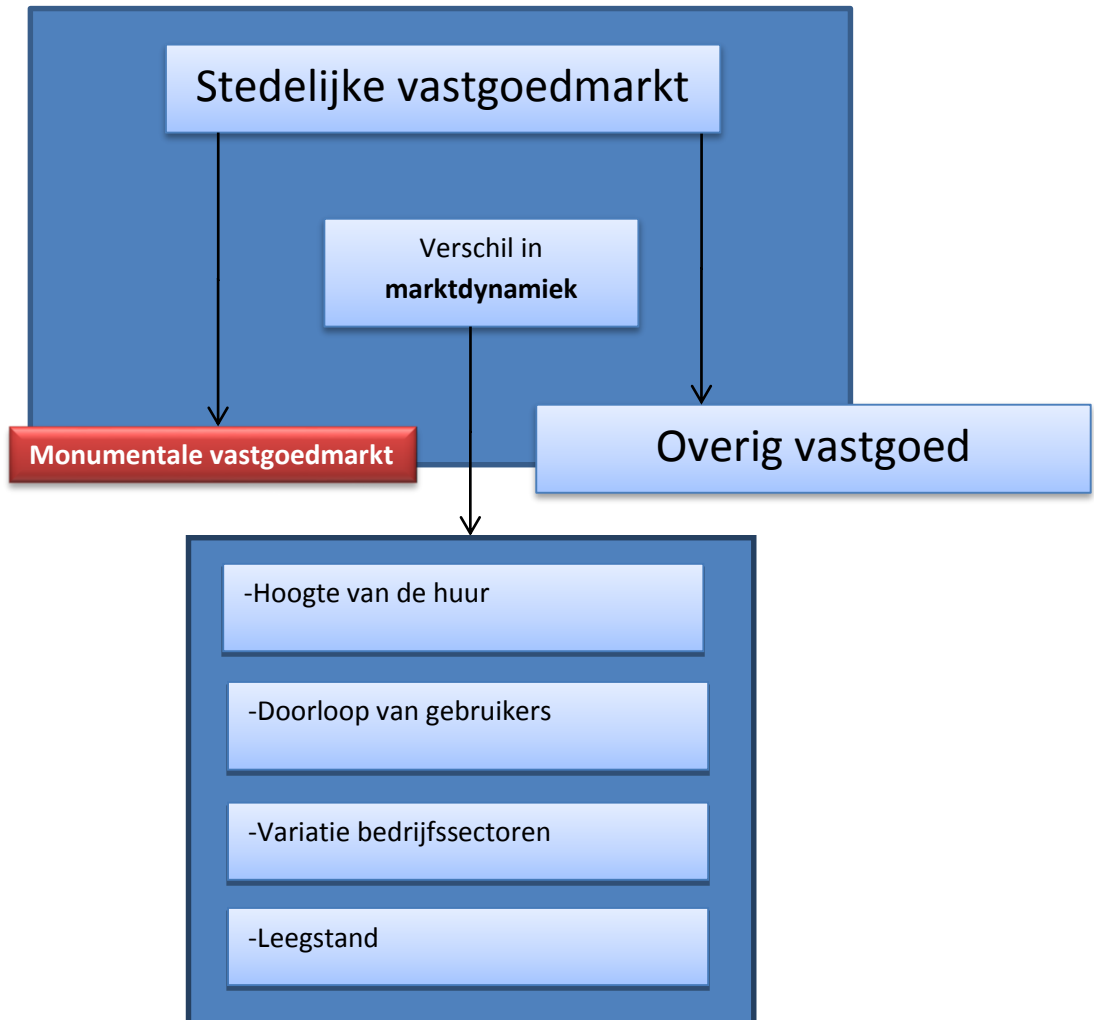
In Groot-Brittannië is door Creigh-Tyte (2000) onderzoek gedaan naar de investeringsgevolgen voor *listed office buildings* (monumentale kantoorpanden). Deze panden staan onder strengere wet- en regelgeving zodra ze op de (Britse) monumentenlijst staan. Door marktkrachten zullen de restricties uiteindelijk gereflecteerd worden in de prijs, maar dit kan nadelig uitpakken voor de eigenaar ten tijde van de aanstelling tot monument. De uitkomst van deze studie naar investeringsprestaties is dat er geen systematisch bewijs is dat monumenten slechter (of beter) presteerden in termen van huur of totale opbrengsten dan hun niet-monumentale tegenhangers.

## 2.4 Slotbeschouwing

In de voorgaande hoofdstukken is een beeld geschetst van de waardering van cultureel erfgoed. Verschillende benaderingen tonen de (economische) waardering die gegeven is aan monumenten in verschillende tijdperken. In het geval van de aantrekkelijkheid van binnensteden zijn monumentale panden een belangrijke *amenity* geworden. Erfgoed voorziet in behoeften van veel verschillende gebruikers en consumenten. De uitdaging is vervolgens om de toegevoegde waarde van monumenten voor de binnenstad te monetariseren. Pogingen zijn gedaan om dit in kaart te brengen door de aantrekkingskracht op hoogopgeleiden, de uitgaven van toeristen, bereidheid om te betalen en de pandwaarde te meten. De grote hoeveelheid dimensies voor het waarderen van erfgoed maken harde uitspraken lastig. De economische waarde van een pand kan daarnaast benaderd worden door de interne vastgoeddynamiek te onderzoeken. Wanneer voor een monumentaal pand bijvoorbeeld een hogere huurprijs kan worden gevraagd of huurders minder snel doorstromen kan een monument een meerwaarde bieden voor een belegger. Voor vastgoed als belegging spelen allerlei factoren een rol, waarvan nog niet onderzocht is of er verschil is tussen een monument of een normaal pand. Het rendement en het risico van panden zijn van belang in plaats van zachte factoren zoals uitstraling en sfeer. De vraag is of de vermeende positieve invloed van monumentaal vastgoed op de binnenstad wordt weerspiegeld door de kenmerken van de vastgoedmarkt. In hoeverre toont de werking van de

vastgoeddynamiek op de monumentale submarkt aan dat historiciteit een aantrekkelijke binnenstad voor bedrijven kan stimuleren? Dit onderzoek vergelijkt de vastgoedmarkt van monumenten met de gehele vastgoedmarkt binnen dezelfde geografische afbakening. Daaruit kan blijken of de gebleken positieve effecten van monumenten zich uiten in een andere vastgoeddynamiek, gezien vanuit het bedrijfsperspectief.

## 2.5 Conceptueel model



Figuur 2.2 Conceptueel model

De centrale gedachte is dat de monumentale vastgoedmarkt een afwijkende submarkt is binnen de gehele vastgoedmarkt. Met (cijfermatige) kennis over de verschillen tussen de markten, kan meer inzicht worden verkregen over de specifieke dynamiek van monumenten. Een afwijkende dynamiek heeft impact op het gedrag van bedrijven en hun keuze voor een historische binnenstad met bijbehorende monumenten. Deze informatie beïnvloedt vervolgens de handelingen van beleggers om in bepaalde panden te investeren, of zelfs herbestemming te financieren. Om de generieke vastgoedmarkt met de monumentale submarkt te vergelijken is gekozen voor het begrip vastgoeddynamiek. Hiermee wordt in brede zin de kenmerken van een vastgoedmarkt bedoeld. De eigenschappen die van invloed zijn op de aantrekkelijkheid van een (commercieel) pand voor beleggers vallen hieronder. Kenmerken zijn de hoogte van de huur, de doorloop van gebruikers, de variatie aan bedrijfssectoren en de leegstand van een pand. Op basis van de variabelen worden uitspraken gedaan over de verschillen of overeenkomsten tussen de twee markten. Hierbij wordt aan de ene kant het beleggersperspectief als uitgangspunt genomen, de aspecten van de vastgoedmarkt die door beleggers interessant gevonden worden staan centraal. Daarnaast worden de vestigingsfactoren voor

bedrijven besproken. De aantrekkelijkheid van een stad beïnvloedt de vestigingskeuze voor tal van locatiegerichte bedrijven.

Om bovenstaande onderzoek uit te voeren is gekozen voor een verkenning. Met behulp van verkennend onderzoek wordt onontgonnen gebied betreden. De eerste vragen van een bepaald onderwerp worden beantwoord door dit type van wetenschap bedrijven. Verwachtingen van de uitkomsten op basis van eerder onderzoek kunnen niet gegeven worden. Dit verkennende onderzoek zal uitwijzen of toekomstig onderzoek naar de vastgoeddynamiek van monumenten meer aandacht verdient. De mogelijkheid bestaat ook dat het differentiëren van de monumentale markt onterecht blijkt te zijn. In het geval dat de markten wel degelijk van elkaar verschillen is vervolgonderzoek een logische stap. Dit onderzoek kan de basis vormen voor vervolgonderzoeken door het bieden van handvatten en hypothesen.

## III Methodiek

Uit het theoretisch kader is gebleken dat men zich bewust is van het belang van historische identiteit voor de urbane economie. De vraag die volgt is hoe deze waarde gemeten kan worden. De kernvariabele van dit onderzoek is de monumentstatus van een pand. Historiciteit van een binnenstad wordt grotendeels gevormd door de tastbare resten uit het verleden (Lazrak et al., 2014). Het binnenstedelijke vastgoed is een belangrijk deel van de stedelijke identiteit. In veel gevallen hebben karakteristieke gebouwen in de binnenstad de status van gemeentelijk monument of Rijksmonument. Dit onderzoek gebruikt die status als indicator voor cultureel erfgoed. Het gebruik van monumenten binnen dit onderzoek is noodzakelijk om de (historisch) bijzondere panden te onderscheiden. Wanneer een pand op een monumentenlijst staat wordt verondersteld dat het een bijzondere betekenis heeft voor een binnenstad, en zo ook (economisch) gewaardeerd wordt door beleggers en bedrijven. De verwachting van dit onderzoek is dat de markt voor monumenten significant verschilt van het vastgoed zonder die status.

Historische, karakteristieke panden worden in dit onderzoek geoperationaliseerd door de toegewezen monumentstatus, zowel gemeentelijke- als Rijksmonumenten. De lijst voor monumenten is zeer statisch, minder dan 2% is de afgelopen drie decennia toegewezen (Lazrak et al., 2014). Door de lage toename van de lijst, zijn de toegewezen monumenten per definitie unieke gebouwen. Voor de toewijzing van een status wordt een uniforme taxonomie gebruikt. Door de expertise bij de Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed (RCE) wordt gewaarborgd dat de panden mét status daadwerkelijk een uniek karakter hebben. De Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed wijst daarnaast beschermde stads- en dorpsgezichten aan. Op een hoger schaalniveau geeft dit aan wat de gezamenlijke historische waarde van een gebied is.

De variabele waarmee de verschillen tussen de markt en de submarkt getest worden is gedefinieerd als vastgoeddynamiek. Deze term fungeert als containerbegrip voor allerlei variabelen waarmee de vastgoedmarkt onderzocht is. Door de vastgoeddynamiek wordt duidelijk wat de implicaties van een monumentstatus zijn voor beleggers en bedrijven. Deze actoren zijn gebaat bij een dynamische markt waar het vastgoed bijdraagt aan een gezonde economische structuur. Op basis van Van Gool (2013) is een aantal aspecten geformuleerd die van belang zijn voor de belegger/bedrijfseigenaar. De huur vormt voor beleggers de kern van hun beleggingsopbrengsten. Voor bedrijven is huur juist de kostenpost. De doorloop van gebruikers moet voor beleggers zo laag mogelijk zijn, hiermee zijn huurinkomsten voor langere tijd gegarandeerd. Voor bedrijven kan een langere looptijd in een bepaald type vastgoed een indicatie zijn voor het positieve effect van het pand op de bedrijfsvoering. Uit voorgaande blijkt dat de monumentstatus voor verschillende groepen een verschillende impact heeft. Zowel eigenaren als huurders als beleggers beleven de monumentstatus op een andere manier. Dit onderzoek zal de verschillende perspectieven afwisselend bespreken per onderwerp. Er is gekozen om geen duidelijke focus te hebben op een bepaalde actor om het onderzoek voor een zo breed mogelijke groep nuttig te maken.

Beleggers moeten om risico's te beheersen 'zorgen voor spreiding over solvabele huurders uit verschillende bedrijfstakken' (Van Gool, 2013, p. 242). De variëteit aan sectoren binnen een beleggingsportefeuille is daarom van belang. Door te weinig spreiding van huurders kan leegstand ontstaan. Leegstand is uiteindelijk een toestand die voor niemand positief is. Beleggers verliezen huurinkomsten, bedrijven zien de omgeving verslechteren en zo de binnenstedelijke aantrekkelijkheid verminderen. Voor bedrijven speelt dit minder. Wel kan duidelijk worden wat de locatiebeslissing is van bedrijven in soortgelijke sectoren.

Het onderzoek vindt plaats op een kwantitatieve basis. De verkenning van de monumentale vastgoedmarkt wordt ondersteund door cijfermatige beschrijvingen en analyses. De verdienste van dit onderzoek is de categorisatie en ordening van grote hoeveelheden data voor Utrechts vastgoed. De tweedeling van de beschikbare data in zowel commerciële panden mét en zonder monumentstatus geeft dit onderzoek een nieuwe dimensie aan economisch onderzoek naar cultureel erfgoed. Aan de hand van de kwantitatieve uitkomsten worden vervolgens belanghebbenden en actoren gevraagd naar hun positie binnen deze specifieke vastgoedmarkt. De empirische conclusies kunnen zo vergeleken

worden met persoonlijke observaties. Met deze aanpak komt een compleet beeld naar voren van objectieve en subjectieve elementen binnen de monumentale vastgoedmarkt.

### 3.1 Locatie

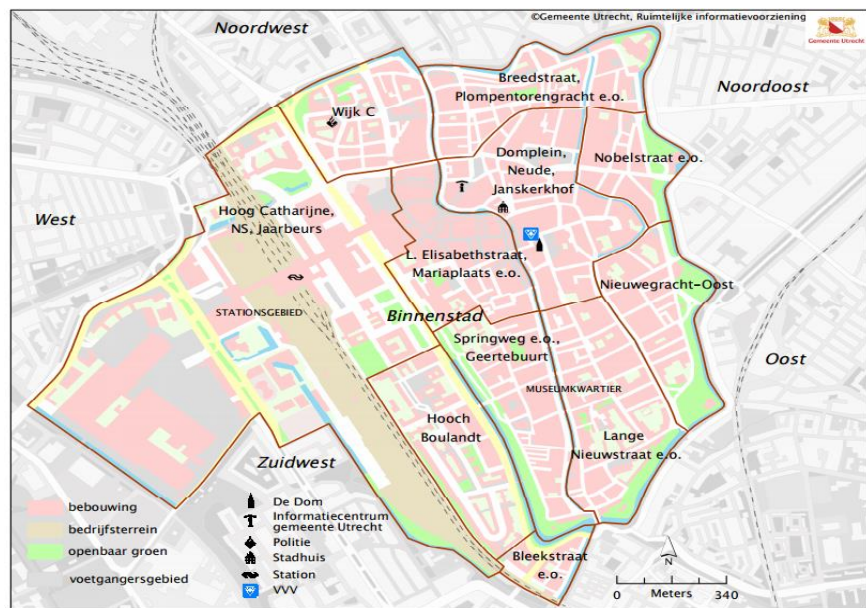
De locatie voor het onderzoek is de historische binnenstad van Utrecht. Dit gebied is afgebakend door de singels aan de ene kant en de spoorlijn aan de andere kant. De Utrechtse binnenstad heeft een historisch karakter, binnen de singels bevindt zich de oorspronkelijke stad Utrecht. De historiciteit van Utrecht wordt bevestigd door de Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed die de binnenstad van Utrecht (binnen de singels) de status van beschermd stadsgezicht heeft gegeven. De totale oppervlakte van dit gebied is 1,48 km<sup>2</sup> ofwel beslaat 147,58 hectare. Sinds 1975 is deze status toegewezen aan Utrecht waardoor de continuïteit gewaarborgd is sinds die tijd.

De selectie van onderzoekseenheden is gedaan op basis van geografische locatie. De wijk 'Binnenstad' is genomen als beginpunt. Binnen de wijk moet een specifiekere selectie gemaakt worden want de Utrechtse Jaarbeurs en stationsgebied Hoog Catharijne zijn door hun modernere karakter niet wenselijk voor dit onderzoek. Door het gebrek aan monumenten in deze gebieden, welgeteld twee in het stationsgebied, zijn de subbuurten 'Jaarbeurs e.o.' en 'Hoog Catharijne, Leidseveer, NS' niet meegenomen in de analyse. Hiervoor is gekozen om een eerlijke controlegroep met een vergelijkbare historische omgeving en type panden te bewerkstelligen. Door deze keuze kunnen monumentale gebouwen onderzocht worden, met niet-monumenten als controlegroep. Dit onderzoek vergelijkt de waarnemingen van monumenten met panden die geen monumentstatus hebben, maar toch een locatie hebben binnen de historische omgeving van de Utrechtse binnenstad.

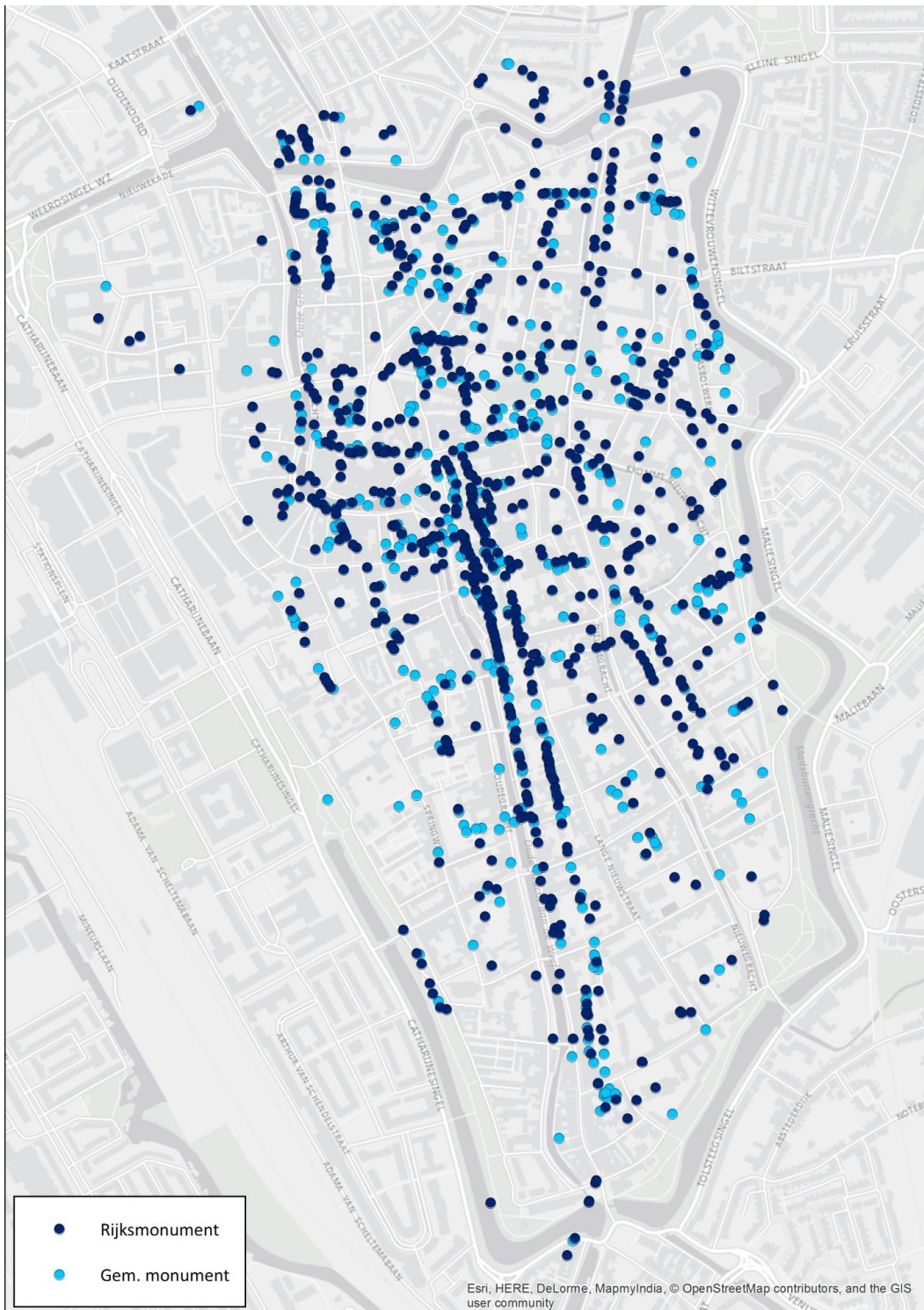
Geselecteerde Subbuurten
Lange Elisabethstraat, Mariaplaats e.o.
Bleekstraat e.o.
Breedstraat, Plompentorengracht e.o.
Domplein, Neude, Janskerkhof e.o.
Geertebuurt
Hooch Boulandt
Lange Nieuwstraat-Zuid
Lange Nieuwstraat-Noord
Nieuwegracht-Oost
Nobelstraat e.o.
Springweg e.o.
Wijk C-Oost
Wijk C-West

Tabel 3.1 Subbuurten

Alle subbuurten van de wijk 'Binnenstad' zijn afgebeeld in figuur 3.1. De subbuurten die deel zijn van dit onderzoek staan vermeld in tabel 3.1. In het vervolg van dit onderzoek zullen verschillende benamingen gebruikt worden voor het onderzoeksgebied met de selectie aan subbuurten. Bij de termen: historische binnenstad, onderzoeksgebied, Utrechtse binnenstad en binnenstad wordt gedoeld op het afgebakende onderzoeksgebied zoals gedaan is in deze paragraaf. De monumenten die behoren tot het onderzoek zijn zichtbaar in figuur 3.2. In deze kaart van de binnenstad van Utrecht zijn zowel Rijks- als gemeentelijke monumenten geprojecteerd.



Figuur 3.1 Subbuurten binnenstad (bron: Gemeente Utrecht)



Figuur 3.2 Onderzoeksbied binnenstad Utrecht (bron: Monumentenlijst Utrecht, Openstreetmap)



## 3.2 Data

### 3.2.1 Kwantitatief

Voor de identificatie van Rijksmonumenten in Nederland is gebruik gemaakt van de monumentenlijst. Deze lijst wordt uitgegeven door de Rijksdienst voor Cultureel erfgoed, het monumentenregister bevat op dit moment 61.822 beschermde monumenten. De objecten hebben een grote verscheidenheid aan functies, van kastelen, kerken en molens tot agrarische gebouwen, verdedigingswerken en woonhuizen.

Op basis van de beschikbare data kunnen analyses gedaan worden op pandniveau of bedrijfsniveau. De twee benaderingen passen beide in dit onderzoek maar geven verschillende inzichten in de vastgoedmarkt. Per vraagstuk zal een benadering gekozen worden. De Basisregistraties Adressen en Gebouwen (BAG) is gebruikt als de basisdataset om panden te identificeren. De BAG is de registratie waarin de gemeentelijke basisgegevens van alle gebouwen en adressen in Nederland verzameld zijn. Informatie op pandniveau wordt geleverd door dit overzichtsbestand. Vanuit de gemeentelijke BAG is de selectie gemaakt naar subbuurten, zoals beschreven is bij de gebiedskeuze. Door de combinatie van databronnen is een uniek bestand ontstaan waarmee zeer nauwkeurig (op pandniveau) een beeld gevormd kan worden van commercieel gebruikte panden in de binnenstad, met of zonder monumentstatus.

Aan de hand van informatie van het Provinciaal Arbeidsplaatsen Register (PAR) kan op pandniveau informatie verkregen worden over de bedrijven. Van belang is de SBI-code waarmee de bedrijfsactiviteiten gecategoriseerd worden, een overzicht van deze codes staan in bijlage 7.1. Aan de hand van het PAR zijn bedrijven en hun locaties in de provincie Utrecht te volgen over tijd. Van 1992 tot 2014 is informatie bekend over instellingen die zich binnen de provincie gevestigd hebben. Als gevolg hiervan kunnen ontwikkelingen door de tijd heen geanalyseerd worden voor zowel monumentale panden als niet-monumentale panden.

Ten slotte is data van het medium Vastgoedmarkt gebruikt, waarmee inzicht is verkregen in de aanbod- en opnamecijfers van commerciële panden. Duidelijkheid kan verschaft worden over de verkooptijd van panden, de huur-/koop prijs van panden en de prijs per vierkante meters. Deze data zijn ook beschikbaar over tijd, waardoor analyses van chronologische ontwikkelingen binnen bereik komen.

### 3.2.1 Kwalitatief

Om tot een zo volledig mogelijk beeld te komen van de monumentale vastgoedmarkt zijn een aantal actoren geïnterviewd die een sleutelrol hebben in het monumentale vastgoed in Utrecht. Deze respondenten zijn mondeling geïnterviewd en de data zijn vervolgens gebruikt om de cijfermatige analyse aan te vullen. Met deze gecombineerde methode kan een betere en diepgaandere analyse van monumentaal vastgoed uitgevoerd worden. De praktijk van bedrijven en hun vestigingslocatie is vaak weerbarstiger dan vanuit economische ratio verwacht kan worden. Door Marlet (2009) is aangetoond dat het verband tussen de voorkeuren die ondernemers opgeven en de werkelijke vestigingslocatie over het algemeen zwak is. Om die reden is in dit onderzoek ervoor gekozen om respondenten te benaderen die betrokken zijn bij het huisvesten van bedrijven, maar niet de bedrijven zelf. Deze partijen hebben een beter en objectiever inzicht in de markt. Daarnaast is het perspectief van een grote belegger gebruikt om een beter beeld te krijgen van beleggingsoverwegingen. Om een gevoel te krijgen hoe de gemeente omgaat met bedrijven in monumentale panden is ook een interview gehouden met een adviseur erfgoed van de gemeente Utrecht en een programmamanager die veel te maken heeft met promotie van de stad Utrecht. Tabel 3.2 toont de respondenten met bijbehorende professie.

Respondent	Professie	Instelling
<b>F. van Overhagen</b>	Managing Partner	Ans de Wijn Bedrijfshuisvesting
<b>S. Langerak</b>	NVM-makelaar en registertaxateur	Van Rossum Makelaars
<b>B. Louw</b>	Hoofd Research	ASR Verzekeringen
<b>V. Muus</b>	Makelaar	Albert & Muus bedrijfshuisvesting
<b>H. Jansen</b>	Senior adviseur erfgoed	Gemeente Utrecht
<b>J. de Viet</b>	Programmamanager	Gemeente Utrecht

Tabel 3.2 Respondenten

### 3.3 Methode per onderdeel

De analyse is onderverdeeld in een aantal onderdelen die samen leiden tot een compleet beeld van het onderwerp. Deze paragraaf beschrijft de kwantitatieve onderzoeksmethoden behorende bij de afzonderlijke onderdelen in de analyse. Uit alle onderdelen spreekt een verwachting dat er een onderscheid is tussen monumentale panden (de onderzoeksgroep) en niet-monumentale panden (de controlegroep).

#### 3.3.1 Huidige situatie

(correspondeert met paragraaf 4.2)

In deze paragraaf wordt in grote lijnen aangegeven hoe de vastgoedmarkt in Utrecht er op dit moment uitziet, met speciale aandacht voor monumenten. Informatie uit zowel kwantitatieve als kwalitatieve bronnen is gebruikt. Voor dit onderdeel is de BAG breder ingezet door de panden met commerciële functies af te zetten tegen alle panden in Utrecht. Hiermee wordt een beeld geschetst van de omvang.

#### 3.3.2 Pandkarakteristieken

(correspondeert met paragraaf 4.3)

Deze paragraaf duikt dieper in de kwantitatieve data met een beschrijving van de pandkarakteristieken. Hierbij wordt het onderscheid gemaakt tussen monumentale panden en niet-monumentale panden. Voor bouwjaar en oppervlakte worden gemiddelden uitgerekend voor beide soorten panden. Om gevoel te krijgen van de panden en hun oppervlakte, worden de grootste panden binnen het onderzoeksgebied uitgelicht met bijbehorende functie. Voor een interpretatie wat dit betekent voor bedrijven is gekeken naar andere onderzoeken.

#### 3.3.3 Gebruiksfuncties

(correspondeert met paragraaf 4.4)

Van het pandniveau van de vorige paragraaf wordt ingezoomd naar de functies binnen een pand. Een beschrijving van de soorten functies en hun locatie wordt hier gegeven. Typologieën van de soorten functies staan hier vermeld, met een uitsplitsing naar monumentale en niet-monumentale panden. Een interpretatie van de gevonden resultaten wordt gegeven door de respondenten.

#### 3.3.4 Transacties

(correspondeert met paragraaf 4.5)

In deze paragraaf volgt een beschrijving van de verschillende aantallen en prijzen van opnames in de Utrechtse binnenstad. De opnames per jaar zijn beperkt door de omvang van de markt. Een beeld van 2015 doet tekort aan trends. Om dit probleem te ondervangen is terugggegaan naar het jaar 2000, met alle tussenliggende trends. De methode achter absolute opnames en huurprijzen spreekt vanzelf. Voor het berekenen van de huurprijs per m<sup>2</sup> is gekeken naar het oppervlakte van het bijbehorende pand en daar is de algemene huurprijs op gedeeld.

Voor het meten van de leegstand in de Utrechtse binnenstad is gebruik gemaakt van de site FundainBusiness.nl. Hierop staat een groot aanbod van te koop of te huur aangeboden panden. Aangenomen wordt dat panden die in het aanbod staan een groot deel van de leegstand bepalen. Het

totale aantal vierkante meters commercieel vastgoed is bekend vanuit de BAG, wanneer de aangeboden vierkante meters hierop gedeeld worden krijgt men het leegstandspercentage.

### 3.3.5 Bedrijven

(correspondeert met paragraaf 4.6)

Bedrijven kennen een groot aantal aspecten die gemeten worden in deze paragraaf. De grootte van het bedrijf is getypeerd aan de hand van KVK-grootteklassen (zie paragraaf 7.1). Met behulp van 2-digit SBI-codes is vervolgens de sectorale variëteit gemeten met de Herfindahl-Hirschmann-Index (HH-index). Deze index wordt gebruikt om de sectorale variatie van de Utrechtse binnenstad te meten, voor zowel monumentale als niet-monumentale panden. De HH-index werd oorspronkelijk gebruikt om de concentratiegraad van een sector te bepalen. Op het gebied van mededinging wordt de HH-index gebruikt om de mate van monopolie, oligopolie of gespreidheid van aanbieders te bepalen (CBS, 2013). De HH-index wordt berekend door de som van de kwadraten van alle marktaandeelen. Hoe hoger de index, hoe hoger te mate van concentratie van de totale omzet bij één aanbieder. De maximale score is 1. Deze score kan alleen gehaald worden als 100% van de markt beheerst wordt door één aanbieder. Als  $M_n$  het relatieve marktaandeel van alle aanbieders in een bedrijfstak is, dan is de index voor de betreffende tak:

$$I = \sum_{i=1}^n M_i^2$$

Voor gebruik in dit onderzoek is de index omgebouwd met een geografische component. Hiermee kan de mate van specialisatie en variatie van geografische eenheden beoordeeld worden.

$$HI = \sum_{r=1}^m \left( \frac{X_{rs}}{\sum_{r=1}^m X_{rs}} \right)^2$$

Met:  $X_{rs}$  = het aantal vestigingen in regio  $r$  en sector  $s$

De uitkomst van deze index zal een hoge waarde aannemen bij een gespecialiseerde regionale structuur. Een lage waarde betekent een gevarieerde sectorale structuur. Voor dit onderzoek wordt de index berekend voor zowel monumentale panden als niet-monumentale in de Utrechtse binnenstad. De regio is dus in beide gevallen de Utrechtse binnenstad. Voor beide groepen zal het aantal vestigingen per (2-digit) sector opgesomd worden en gedeeld door het totaal aantal vestigingen van alle sectoren. Dit getal wordt gekwadraterd om de uiteindelijke index te krijgen.

Aansluitend op deze uitkomsten zijn de top-5 sectoren van monumentale panden en niet-monumentale panden in zowel 1994 en 2014 gegeven. Aan de hand van deze analyse kan een idee verkregen worden van de sectorale structuur. Om het kwantitatieve deel af te sluiten geeft de PAR, uitgesplitst naar monumentale pandkarakteristiek, een idee van de vestigingsduur van bedrijven. De bedrijfsparagraaf sluit af met een kwalitatieve verhandeling over de beperkingen en motieven die bedrijven ervaren met betrekking tot hun huisvesting in monumentale panden.

# IV Analyse

Voor een gedegen analyse van de werking van de vastgoedmarkt in Utrecht zijn statistieken onontbeerlijk. Een antwoord op de gestelde onderzoeksvragen is alleen mogelijk met helder inzicht in de markt. Vastgoed is inherent een gediversifieerd goed met karakteristieken die van pand tot pand verschillen. Desalniettemin voert dit onderzoek analyses uit naar een groep panden die door overeenkomende eigenschappen samen een markt vormen. Dit hoofdstuk begint met een aantal waarnemingen in de data over de markt van zowel monumenten en niet-monumenten. Om tot een compleet beeld te komen wordt afwisselend gesproken over de vastgoedmarkt van bedrijven en van panden. Er zijn een tweetal aspecten van belang bij een commerciële vastgoedmarkt: de karakteristieken van het pand en de gebruikers van het pand. Aan de hand van deze tweedeling wordt het onderzoek vormgegeven. De pandanalyse is opgedeeld in een beschrijving van de karakteristieken van het pand en die van het verblijfsobject. Deze tweedeling is noodzakelijk zoals is gebleken uit het methodehoofdstuk. De analyse begint met een beschrijving van de historische ontwikkelingen in de Utrechtse binnenstad.

## 4.1 Historie

De binnenstad van Utrecht heeft in de 20<sup>e</sup> eeuw roerige tijden beleefd. Het historische centrum werd opgeschrikt door de bouw van Hoog Catharijne. In 1963 werd begonnen met de bouw van dit winkelcentrum met kantoren, gelegen tussen het Centraal Station en het centrum. Om deze ingreep mogelijk te maken werd de gehele negentiende-eeuwse Stationswijk afgebroken. Men vreesde lange tijd dat Hoog Catharijne een desastreus effect zou hebben op de economische functie van het historische centrum. Volgens Renes (2005) is dit achteraf erg meegevallen. Het Utrechtse verzorgingsgebied is waarschijnlijk zelfs groter geworden door Hoog Catharijne.

Er is wel een verplaatsing geweest van de bedrijvigheid in de historische binnenstad. Het gebied ten noorden van het Domplein moest in economische termen plaats maken voor het gebied tussen Vredenburg en de Oudegracht. Het nieuwe kerngebied van economische bedrijvigheid heeft door sterk stijgende huurprijzen een identiteit gekregen die weinig verschilt van andere stadscentra (Renes, 2005). Een hoge mate van filialisering van winkels heeft gezorgd voor het verdringen van de oorspronkelijke familiebedrijven. Kenmerk hiervan is dat de bedrijfseigenaar de bovenste etages bewoonde, nu staan ze vaak leeg.

Door de groeiende belangstelling voor historische binnensteden heeft Utrecht veel plekken gerestaureerd. Huizen, kerken en openbare ruimten werden aangepakt. Uiteindelijk is de binnenstad in haar vernieuwde staat aangewezen als beschermd stadsgezicht (1975). In de jaren '60 was de binnenstad vooral een achtergesteld gebied, tegenwoordig wordt het weer gezien als een aantrekkelijke omgeving voor wonen en werken. Het autovrij maken van de binnenstad heeft sterk bijgedragen aan de toegankelijkheid en een sterke retailfunctie mede mogelijk gemaakt. Door de belangrijke economische functie van de binnenstad en het grotere respect voor monumenten, is het van belang om te weten hoe bedrijven zich verhouden tot die monumenten.

## 4.2 Huidige situatie

In de gemeente Utrecht staan zowel Rijksmonumenten als gemeentelijke monumenten. De Rijksmonumenten worden aangewezen door het Rijk, de Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed (RCE) is hiervoor verantwoordelijk. De Rijksdienst wijst panden aan op basis van de monumentenwet 1988, in die wet staan de criteria waaraan voldaan moet worden. De eerste monumentenwet stamt uit 1961. In de beginperiode was de monumentenregeling vooral een inhaalrace voor de oudste objecten in het land, de focus lag op kerken, kastelen en oude objecten in binnensteden (Jansen, interview, 2015). Oude panden moesten in alle volledigheid geregistreerd worden om zo de gewenste bescherming te kunnen bieden. Deze benadering past in het toenmalige tijdsbeeld over monumenten, erfgoed werd gezien als een sector. Deze sector was losstaand van andere maatschappelijke processen; een monument moest bewaard worden voor toekomstige generaties in een zo origineel mogelijke staat.

Na de instelling van de monumentenwet 1988 ontstond er gaandeweg meer ruimte voor jongere bouwstructuren. Sinds de modernisering van de monumentenzorg in 2012 is de vereiste ouderdom

van 50 jaar komen te vervallen. Dit toont een toenemende aandacht voor het belang van jongere bouwstijlen. Volgens de beleidsbrief Modernisering Monumentenzorg van de Rijksoverheid (2009, p. 9) 'sluit het loslaten van die tijdgrens meer aan bij de hedendaagse beleving van wat van waarde is - ook onder recente bouwwerken zijn immers architectonische toppers die behoudenswaardig zijn.' Doordat er tegenwoordig niet meer wordt gestreefd om een uitputtende lijst te hebben gaat men meer selectief om met het aanwijzen van Rijksmonumenten (Jansen, interview, 2015). In de nabije toekomst zal de monumentenwet vervangen worden door de erfgoedwet. De huidige beschermde stads- en dorpsgezichten worden overgeheveld naar de omgevingswet gezien de ruimtelijke relevantie. Op objectniveau treedt de erfgoedwet in werking, hierbij gaat het ook om kunst, museale collecties en dergelijke.

Op gemeentelijk niveau bestaat er een verordening op basis waarvan gemeentelijke monumenten aangewezen kunnen worden. De criteria waarop de selectie gemaakt wordt is gelijk aan die van Rijksmonumenten. De criteria zijn cultuurhistorische, esthetische en wetenschappelijke waarde. Jansen (interview, 2015) ziet vooral dat het eerste punt, de cultuurhistorische waarde, zo ver uitgediept kan worden als men zelf wil. Daarnaast spreekt Jansen over de Rijksmonumentale status als de eerste divisie. Als een gemeentelijke monument 'gepromoveerd' wordt naar Rijksmonument geeft dat een hogere status. Toch blijven de gemeentelijke regelingen duidelijk geënt op de monumentenwet. Elke gemeente kan wel aspecten naar eigen inzicht aanpassen. In Utrecht bestaat er de regeling dat 'groen' aangewezen kan worden als monumentaal, tot op individuele bomen.

Het verschil tussen beide monumentstaten is moeilijk aan te wijzen. De mate van bescherming en het soort vergunning om te wijzigen is vergelijkbaar. Jansen (interview, 2015) ziet tussen gemeentelijke monumenten meer jongere bouwkunst, en bij Rijksmonumenten zijn vooral de oudere panden goed vertegenwoordigd. De beperkingen bij alle monumenten is dat in alle gevallen een vergunning aangevraagd moet worden voor een wijziging aan het pand. Zonder vergunning mag een eigenaar niet wijzigen, aanpassen, in gevaar brengen, verwaarlozen of slopen van een pand. De gevolgen van monumentale regelgeving voor bedrijven worden uitgebreid besproken in paragraaf 4.7.1.

#### 4.2.1 Omvang

Om voorgaande beschrijving van monumentale panden cijfermatig te illustreren, volgt een beschrijving van de huidige omvang van de monumentale vastgoedmarkt in Utrecht. Binnen de gemeente Utrecht staan in totaal 7.041 monumenten, waarvan 2.749 Rijksmonumenten, hierbij horen ook de monumenten in Haarzuilens, Vleuten, De Meern en Blauwkapel. Binnen de afbakening van het onderzoeksgebied zijn er 856 monumentale panden met een woonfunctie. 1.322 monumentale panden hebben een commerciële functie. Het totaal aantal panden met een commerciële functie is 2.812. 47% van de commercieel gebruikte panden heeft een monumentstatus. 15,7% is gemeentelijk en 31,3% een Rijksmonument.

Zoals bleek uit de methodiek is een eenduidige beschrijving van de gebouwde omgeving moeilijk te geven. Door het grote aantal combinaties aan functies geven deze getallen vooral een indicatie van de marktomvang. Elk pand biedt, zeker in een historische binnenstad, vaak een grote verscheidenheid aan functies. Wanneer gekeken wordt naar het aantal gebruiksfuncties, blijken dit er 16.738 te zijn. De binnenstad herbergt dus bijna 17.000 functies. Het overgrote deel bestaat uit de woonfunctie, 9.699 woonfuncties zijn toegekend in de binnenstad. Van de totale functies gevestigd in monumentale panden hebben 3.713 van de 7.108 een woonfunctie. De overige functies hebben commerciële en publieke doelen. Het aandeel woonfuncties ligt lager bij monumentale panden, 52% versus 62,2% bij niet-monumentale panden. In het vervolg van dit onderzoek wordt de woonfunctie buiten beschouwing gelaten. De focus ligt op de commerciële vastgoedmarkt en onderzoek naar woningen biedt daarin geen meerwaarde.

#### 4.3 Pandkarakteristieken

Het pand vormt een essentieel deel van een vastgoedmarkt. Een vastgoedmarkt kan niet bestaan zonder de afzonderlijke panden die deze markt vormen. De karakteristieken van een pand vormen een

belangrijk deel van de aantrekkelijkheid voor bedrijven en beleggers. Deze paragraaf vergelijkt een aantal rudimentaire eigenschappen van zowel monumenten als niet-monumenten. De eerste variabele is bouwjaar. De verwachting is dat monumenten in een vroeger verleden zijn gebouwd, dus een lager bouwjaar hebben dan niet-monumenten. Aan de hand van het gemiddelde bouwjaar kan gekeken worden of een eerlijke vergelijkende analyse gemaakt wordt, waarbij de monumentstatus zo ver als mogelijk geïsoleerd wordt. Bovendien functioneert het bouwjaar als indicatie voor de energiezuinigheid van een pand. Een nieuwere bouwperiode heeft mogelijk tot gevolg dat het gebouw energiezuiniger is. Energielabels vanuit de Rijksoverheid zijn niet bruikbaar in dit onderzoek omdat bij verhuur of verkoop van monumentaal vastgoed een energielabel niet verplicht is.

#### 4.3.1 Bouwjaar

De verwachting is dat het bouwjaar een gedeeltelijk verklarende factor voor de toewijzing van een pand als Rijksmonument. In veel gevallen wordt cultuurhistorische waarde versterkt door de leeftijd van een pand. Dat er een verschil in bouwjaar is tussen monumenten en niet-monumenten lijkt evident. Het bepalen van het bouwjaar van een pand is een precaire zaak. Door de hoge ouderdom van gebouwen in de Utrechtse binnenstad is vaak niet meer bekend wanneer de exacte bouwdatum was omdat dit niet geadministreerd is. In de Basisregistratie Adressen en Gebouwen is aan elke bouwstructuur wel een bouwjaar gehangen. De feitelijke juistheid van dit jaartal is in veel gevallen te betwisten. Door de grote populatie van dit onderzoek is het te verantwoorden om gemiddelden in bouwjaar te bepalen.

Het verschil tussen de gemiddelde bouwjaren van beide soorten panden in de Utrechtse binnenstad is afgerond 46 jaar. De monumenten zijn gemiddeld anno 1759 gebouwd, voor andere panden is dit anno 1805. Dat de historiciteit groot is in de gehele Utrechtse binnenstad blijkt uit de lage bouwjaren van beide type panden. Het oudste pand volgens de BAG binnen de onderzochte vastgoedmarkt is de Germaans-Romaanse Pieterskerk uit het jaar 1038. Twee jaar jonger is de Janskerk uit 1040. Beide gebouwen zijn kerkelijke monumenten met de Rijksmonumentstatus. Van de tien oudste gebouwen behorend tot het onderzoek, zijn er twee Rijksmonumenten en acht gemeentelijke monumenten. De vergelijkingen van bouwjaar tonen aan dat monumenten wel degelijk verschillen van normale panden. Maar wanneer de oudste panden worden geïnventariseerd blijkt dat bouwjaar geen determinerende functie heeft in het bepalen van Rijksmonumenten, maar voor monumenten in het algemeen geldt dit wel. Het vijftigste pand in een rangschikking van oud naar nieuw, bezit als eerste geen monumentale status.

#### 4.3.2 Oppervlakte

Het oppervlakte is bepalend voor de functionaliteit van een pand. Een groter oppervlakte per pand leidt tot meer voordelen voor de belegger: kosten die per definitie gemaakt worden voor het onderhoud van een pand kunnen gespreid worden over meerdere huurders of zijn relatief lager door hogere inkomsten. Er is gekozen om het totale oppervlakte van een pand te gebruiken om inzicht te krijgen in de specifieke eigenschappen van een monument. In de volgende paragraaf wordt dezelfde analyse uitgevoerd per verblijfsobject, om een indruk te krijgen van het ruimtegebruik per gebruiker. Het onderzochte aantal van 2.812 panden in de Utrechtse binnenstad heeft een gemiddeld oppervlakte van 386,98 m<sup>2</sup>. Het gemiddelde oppervlakte van monumenten is 423,50 m<sup>2</sup> en is daarmee aanzienlijk meer dan de 354,59 m<sup>2</sup> van niet-monumenten. Het verschil is 68,91 m<sup>2</sup>, wat maakt dat monumenten gemiddeld 19,4% groter zijn qua vloeroppervlakte. De verklaring kan liggen in de minder strenge bouweisen in de tijd van monumenten zodat er minder efficiënt gebouwd werd in de ruimte. Daarnaast kan ook meespelen dat monumenten vaak beeldbepalende gebouwen zijn, wat een hoog ruimtegebruik impliceert. Voor Rijksmonumenten is het verschil nog groter.

Het hoge gemiddelde verschil in vloeroppervlakte blijkt een sterke indicator te zijn als gekeken wordt naar de uitschieters. Met respectievelijk 26.308 m<sup>2</sup> en 19.309 m<sup>2</sup> zijn plek 1 en 2 van panden met het grootste oppervlakte beide geen monumentale panden. Deze twee kantoren verhogen het gemiddelde oppervlak van niet-monumenten aanzienlijk met hun metrage, toch blijft het gemiddelde oppervlak sterk achter bij monumenten. Een groot vloeroppervlakte blijkt over de hele linie een

karacteriserende eigenschap te zijn van monumenten. Het grootste monument op de lijst is het oude postkantoor op de Neude, met 16.719 m<sup>2</sup>. Tegelijkertijd is dit pand het grootste niet-kantoor op de lijst, het heeft een bijeenkomstfunctie. Tabel 4.1 geeft een overzicht van de grootste panden in de Utrechtse binnenstad. De clustering van grote panden in de wijk Hooch Boulandt is opvallend. De ruimtebehoeften van de aldaar gevestigde Rijksdiensten is hoog, mede door het regionale verzorgingsgebied van bijvoorbeeld de rechtbank en de belastingdienst. Verklaringen voor het cluster aan rijksdiensten ligt in geografische clustervoordelen. De rechtbank en het arrondissementsparket moeten vanuit hun verweven positie samenwerken en geografische nabijheid biedt dan voordelen.

Naam	Adres	Subbuurt	Metrage
Rechtbank Utrecht	Vrouwe Justitiaplein 1	Hooch Boulandt	26.308 m <sup>2</sup>
Politiebureau Utrecht	Kroonstraat 25	Wijk C-west	19.309 m <sup>2</sup>
Oude Postkantoor (Rijksmonument)	Neude 11	Domplein, Neude, Janskerkhof e.o.	16.719 m <sup>2</sup>
Belastingdienst Utrecht	Herman Gorterstraat 55	Hooch Boulandt	15.721 m <sup>2</sup>
Arrondissementsparket Midden-Nederland	Herman Gorterstraat 5	Hooch Boulandt	13.677 m <sup>2</sup>

Tabel 4.1 Top 5 panden naar metrage (bron: BAG)

In een kwalitatieve studie van Seiler et al. (1999) is onderzoek gedaan naar diversificatie in de vastgoedmarkt. Specifiek is getest of de grootte van een object het rendement beïnvloedt. De uitkomsten waren dat de markt voor kleine objecten minder liquide is dan de markt voor grote objecten. Verklaringen hiervoor zijn de kleine markt van grote panden en het hoge investeringsbedrag geassocieerd met zulke panden. Lagere liquiditeit wordt voor een groot deel gecompenseerd door een hoger rendement. Daarnaast bieden grote panden bepaalde schaalvoordelen voor beleggers. Het grotere aantal huurders en de mogelijk grotere pluriformiteit aan huurders leidt tot meer zekerheid over de constante prestaties van een beleggingspand. Bovendien nemen de mogelijkheden tot spreiding van (onderhouds-)kosten toe met een toename van het aantal huurders. Voor beheerders en gebruikers levert dit lagere lasten op, buiten de huurkosten om. Rijksmonumenten profiteren in het algemeen van genoemde voordelen van een grotere oppervlakte per pand. Voor het volledige kostenverhaal zijn de toenemende onderhoudskosten door regelgeving van belang.

#### 4.4 Gebruiksfuncties

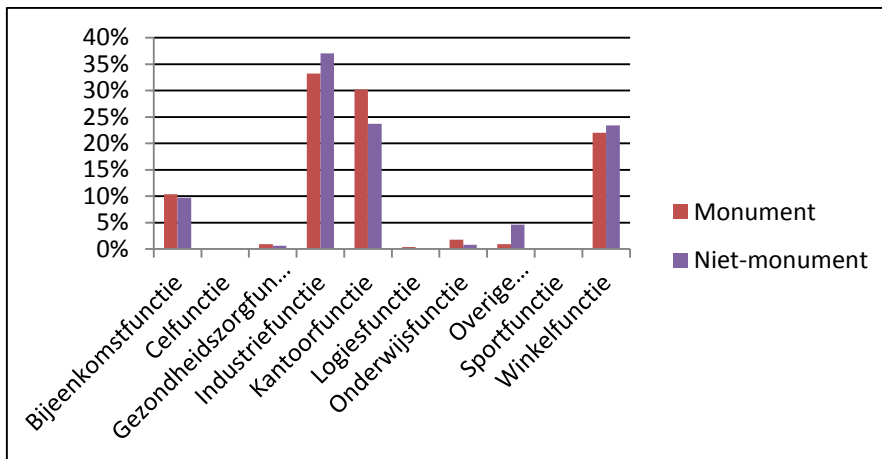
Het gebruiksdoel van een verblijfsobject geeft een indicatie van het type bedrijvigheid binnen een pand. Omdat er binnen een pand meerdere verblijfsobjecten aanwezig kunnen zijn zegt deze indicator wat over de functies die binnen één pand geherbergd zijn. De daadwerkelijke aanwezigheid van bedrijven en het soort bedrijf wordt niet meegenomen in de analyse van verblijfsobjecten. De functiemogelijkheden die zijn onderzocht binnen dit onderzoek zijn: bijeenkomstfunctie (o.a. horeca), celfunctie (gevangenis), gezondheidszorgfunctie, industrie functie, kantoorfunctie, logiesfunctie, onderwijsfunctie, overige gebruiksfunctie, sportfunctie en winkelfunctie. Deze functies vormen de bedrijvigheid (zowel publiek als privaat) van de Utrechtse binnenstad.

De gehele dataset wordt gevormd door 7.039 verschillende verblijfseenheden met bijbehorende functie. Voor een belegger is een gevarieerde vastgoedportefeuille van belang om risico's af te dekken, met een grote variatie aan gebruikers kan dit doel behaald worden. De juiste asset-mix kan gecreëerd worden door een juiste selectie van vastgoedobjecten, met uiteindelijke doel om betere prestaties te leveren dan de markt. De vraag die gesteld wordt is of monumenten een betere mix kunnen bieden dan niet-monumentaal vastgoed; is de variatie aan gebruiksdoelen evenwichtig of uit balans?

##### 4.4.1 Opbouw functies

Zoals blijkt uit figuur 4.1 lopen het aantal functies naar categorie redelijk gelijk op tussen de twee typen vastgoed. Als gekeken wordt naar de relatieve aanwezigheid per functie binnen monumentaal

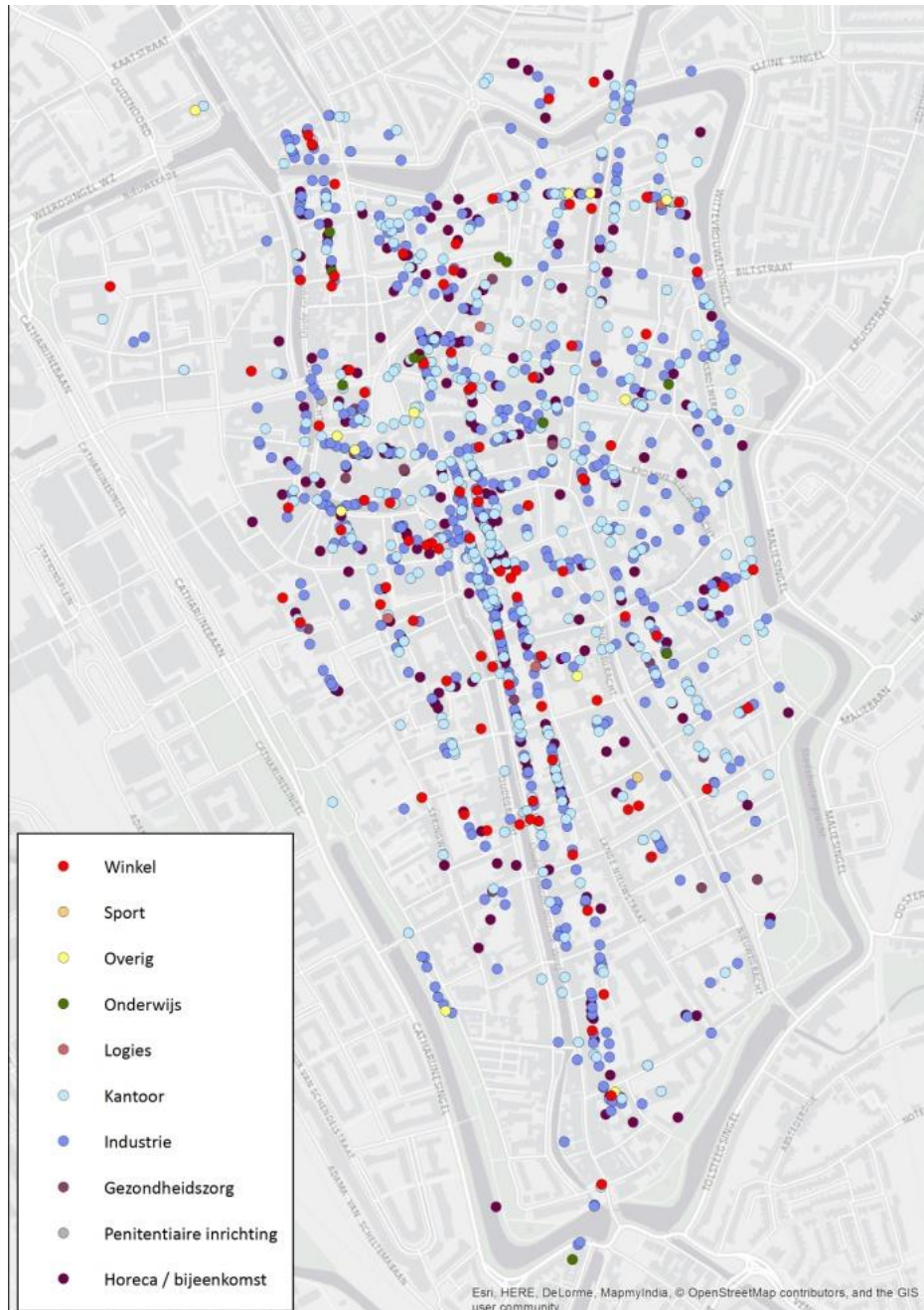
en niet-monumentaal vastgoed zijn vergelijkbare trends zichtbaar. De industrie functie, kantoorfunctie en winkelfunctie hebben een duidelijk overwicht in de Utrechtse binnenstad. Op enige afstand volgt de bijeenkomstfunctie, binnen deze functie bestaat het merendeel uit horeca (98%). De industrie functie bestaat voor het grootste deel uit bedrijfshallen en opslag. Monumenten worden hier relatief minder voor gebruikt, eventueel veroorzaakt door het andere soort bedrijven dat zich vestigt in monumenten. De kantoorfunctie is een functie die sterk aanwezig is in beide typen vastgoed. Opvallend is de aantrekkelijkheid van monumentale panden voor kantoorfuncties. Met 32,2% is dit een aanzienlijke functiebestemming voor verblijfsobjecten in monumentale panden. Uit de data blijkt de kantoorfunctie een voor de hand liggende functie te zijn voor monumentaal vastgoed. Een tweede mogelijke analyse is de onaantrekkelijkheid van monumenten voor andersoortige functies dan kantoren.



Figuur 4.1 Relatieve aantallen gebruiksfuncties per type pand (bron: BAG)



In onderstaande kaart (figuur 4.2) van Utrecht is per pand een gebruiksfunctie gevisualiseerd. Op deze manier wordt de geografische spreiding van gebruiksfuncties inzichtelijk gemaakt. Door beperkingen aan het aantal punten dat weergegeven kan worden op één adres, is er voor gekozen om uitsluitend één gebruiksfunctie per monumentaal pand te koppelen. Dit vergroot de duidelijkheid van de kaart. Als gevolg hiervan moet de kaart als indicatie van de spreiding van gebruiksfunctie gebruikt worden. Uit de analyse van deze kaart blijkt dat winkelpanden veelal voorkomen binnen een bepaald centraal gebied in de Utrechtse binnenstad, terwijl industrie en kantoorfuncties een veel grotere spreiding hebben, ook buiten het A1 winkelgebied van Utrecht.



Figuur 4.2 Binnenstad Utrecht naar gebruiksfunctie (bron: BAG)

#### 4.4.2 Metrage per gebruiksfunctie

In tabel 4.2 staan de gemiddelde oppervlaktes per type pand, onderverdeeld naar de gebruiksfuncties. De uitschieters qua metrage per verblijfsobject zijn te verklaren door het aantal waarnemingen. De celfunctie bestaat uit één waarneming met Rijksmonumentstatus, dit is de penitentiaire inrichting op het Wolvenplein 27. Voor niet-monumentaal vastgoed bestaat er geen

celfunctie in het onderzochte gebied en kan dus niet worden gegeven. De logiesfunctie bij niet-monumentale panden wordt gevormd door twee objecten. Eén van deze objecten heeft een oppervlak van 3.675 m<sup>2</sup>, het Apollo Hotel. Deze enkelvoudige waarneming trekt het gemiddelde sterk omhoog. Het grootste object met een logiesfunctie heeft een oppervlakte van 3.930 m<sup>2</sup> en is monumentaal. Maar door een grotere groep waarnemingen heeft deze uitschieter minder effect op het gemiddelde. Een volgende uitschieter naar beneden zijn de verblijfsobjecten met een sportfunctie.

	Monumentaal vastgoed	Niet-monumentaal vastgoed
Bijeenkomstfunctie	312,89 m <sup>2</sup>	102,63 m <sup>2</sup>
Celfunctie (gebaseerd op één waarneming)	3.459,50 m <sup>2</sup>	-
Gezondheidszorgfunctie	145,34 m <sup>2</sup>	207,83 m <sup>2</sup>
Industriefunctie	102,14 m <sup>2</sup>	127,96 m <sup>2</sup>
Kantoorfunctie	141,51 m <sup>2</sup>	183,92 m <sup>2</sup>
Logiesfunctie	498,10 m <sup>2</sup>	1.853,5 m <sup>2</sup>
Onderwijsfunctie	839,36 m <sup>2</sup>	599,77 m <sup>2</sup>
Overige gebruiksfunctie	191,09 m <sup>2</sup>	155,33 m <sup>2</sup>
Sportfunctie	214,90 m <sup>2</sup>	187,60 m <sup>2</sup>
Winkelfunctie	61,22 m <sup>2</sup>	66,30 m <sup>2</sup>

Tabel 4.2 Gemiddeld oppervlakte per gebruiksfunctie (bron: BAG)

Het gemiddelde oppervlakte per type verblijfsobject geeft een indicatie van het ruimtegebruik van functies van bedrijven binnen een pand. Binnen een pand kunnen meerdere verblijfsobjecten aanwezig zijn met verschillende functies. Bedrijven kunnen in een pand daarnaast ook meerdere functies beheren. Bijvoorbeeld een kantoor kan gecombineerd worden met een winkel. Deze variabele verklaart alleen de hoeveelheid ruimte die nodig is voor een bepaalde functie. Door verschil in oppervlaktes zijn de objecten voor verschillende bedrijven interessant. De vierkante meters per verblijfsobject zijn geschat met behulp van een verdeelsleutel waarbij het totaal aantal vierkante meters per pand wordt verdeeld over de verblijfsobjecten aan de hand van de grootte van het gevestigde bedrijf.

Uit tabel 4.2 blijkt dat de grootte van objecten sterke verschillen vertoont per categorie. Of deze uitkomsten overeenkomen met de gevestigde bedrijven in beide soorten panden wordt besproken in paragraaf 4.6. Volgens het EIB (2010) neemt de vraag naar vierkante meters op de kantorenmarkt af door ontwikkelingen aan de vraagzijde. Door ICT en 'het nieuwe werken' gebruikt een werknemer minder kantoorvloeroppervlak. Het EIB ziet een meer kwalitatieve vraag ontstaan door de kostenbesparing van efficiëntere huisvesting, waarbij aantrekkelijke, representatieve locaties in investeringsvolume toenemen. Uitstraling van de huisvesting en netwerklocaties nemen toe in belang voor bedrijven. Monumentale kantoren sluiten hierdoor beter aan bij de huidige trends.

Door nieuwe vormen van werken (ICT, het nieuwe werken) neemt voor MKB'ers de noodzaak af om een compleet pand te huren. Voor hun bedrijfsvoering zijn een paar kamers al voldoende. Om deze verminderde vraag te faciliteren bieden makelaars nieuwe concepten aan. Muus (interview, 2015) ziet dat de vraag naar gesegmenteerde monumentale panden aanwezig is. Panden worden niet meer in het geheel verhuurd, maar een aantal kamers binnen het pand wordt aangeboden aan ZZP'ers bijvoorbeeld. Hierdoor komen monumentale panden in het bereik van kleinere bedrijven en bijbehorende budgetten. Een voorbeeld van bedrijven die besluiten om in een monumentaal pand te vestigen zijn ICT-dienstverleners. Deze bedrijven groeien veel en zoeken geen bedrijfsruimte op de traditionele kantoorlocaties, de enigszins kleinere monumentale panden zijn geschikt (Muus, interview, 2015).

Het hele concept om meerdere bedrijven in een pand te vestigen is gestoeld op flexibiliteit (Van Overhagen, interview, 2015). Bedrijven willen zelf kunnen aangeven wat hun ruimteverbruik is en alleen daarvoor betalen. In plaats van te zeggen dat het hele pand afgehuurd moet worden, kunnen er ook 2 à 3 kamers gehuurd worden. Op deze manier belanden monumentale panden weer in de courante markt van kleinere bedrijfsruimtes volgens Van Overhagen. Binnen de nieuwe concepten worden er gedeelde faciliteiten gecreëerd in een gebouw. De partijen die zich in deze markt begeven zijn bereid om te delen. De vergaderzaal, de lunchruimte, de receptie zijn beschikbaar voor meerdere bedrijven. En bovendien zitten ze in een monumentaal pand. Vanuit het perspectief van de eigenaar is dit een alternatieve manier van verhuren. Het grootste belang van de verhuurder is dat zijn pand rendeert, met alternatieve methoden is dit alsnog mogelijk in een veranderende markt. Een verhuurder wil weten waar wel vraag naar is vanuit de markt (Muus, interview, 2015).

Aan de andere kant observeren verschillende bedrijfsmakelaars een trend naar grote open vloervelden voor kantoorgebruikers. Dit doen ze om communicatie te verbeteren, leerprocessen te stimuleren en efficiënter met ruimte om te gaan (Van Overhagen, interview, 2015). Van Overhagen concludeert daarom dat als bedrijven grote vloervelden met weinig kamers willen, ze uitkomen bij de traditionele kantoren. De monumentale villa's en panden zijn over het algemeen meer verkamerd, hebben kleinere vloervelden en zijn daarom minder aantrekkelijk voor de grotere bedrijven. Door deze trend is het mogelijk geworden dat ook in monumenten leegstand is ontstaan. Voordat deze trends opkwamen en de crisis oplaaide, waren deze panden nagenoeg altijd gevuld. De leegstand is nog altijd een minder serieus probleem dan bij traditionele kantoren. Monumentale panden worden verhuurd voor scherpere huurprijzen, Van Overhagen noemt een huurprijzdaling van soms wel 20%.

Geconcludeerd kan worden dat er een verschuiving is opgetreden van gebruikers van monumentale panden. De traditionele gebruikers trekken met hun vraag naar open vloervelden richting bedrijventerreinen buiten de binnenstad. De groep midden- en kleinbedrijven komt juist door nieuwe verhuurconcepten binnen het bereik van monumentale panden.

## 4.5 Transacties

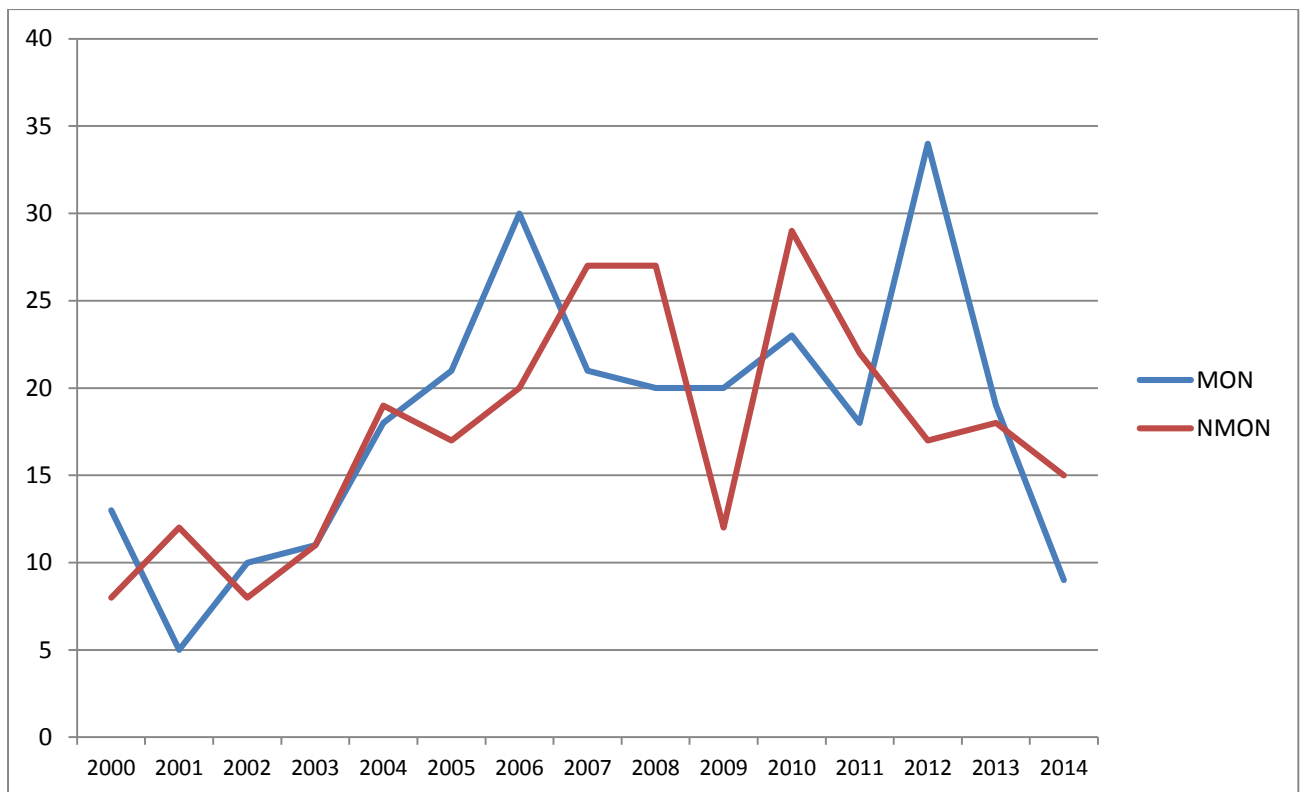
Op pandniveau is bekend wat de vraag- en aanbodcijfers zijn van de commerciële markt voor vastgoed. Hierdoor is bekend vanaf wanneer panden aangeboden zijn en voor welke huur- of koopprijs. Transactie-informatie op dit lage niveau geeft mogelijkheden om onderscheid te maken naar het soort pand. Door het longitudinale karakter van de data is het mogelijk om een beeld te krijgen van de ontwikkeling van de huurprijs en aanbod van panden door de jaren heen. Kenmerken van panden zijn belangrijke voorwaarden voor *investment grade* beleggen, maar uiteindelijk worden in de ideale situatie deze kenmerken perfect verdisconteerd in de huurprijs. De huurprijs vormt daarom een kernelement van de (economische) waardering die gegeven wordt aan monumenten en daarmee de aantrekkelijkheid voor investeringen. De bespreking van de vastgoedmarkt begint met een beschrijving van de situatie in 2015.

### 4.5.1 Situatie 2015

Op 23 februari 2015 staan in totaal 33 panden in het aanbod in de historische binnenstad van Utrecht. 19 van deze panden hebben een monumentale status. Het grootste deel van de in aanbod staande panden is Rijksmonument, 48,5% van alle aangeboden panden. Dit staat niet in verhouding met het totale aandeel Rijksmonumentale panden van 31,3% in de gehele commerciële markt. De gemiddelde huurprijs per jaar waarvoor monumentale panden in het aanbod staan is €54.103,33. Eén pand staat in de verkoop voor het bedrag van €1.395.000. Wanneer vervolgens gekeken wordt naar de gemiddelde verhuurprijs van niet-monumentale panden blijkt dat gemiddelde €11.103,33 lager te liggen op €43.000. Het verschil van 20,5% versterkt het beeld van een aanzienlijk onderscheid tussen de deelmarkt van monumenten en de overige panden. De gemiddelde leegstandduur op de peildatum is daarentegen van beide typen vastgoed gelijk, met 16 maanden.

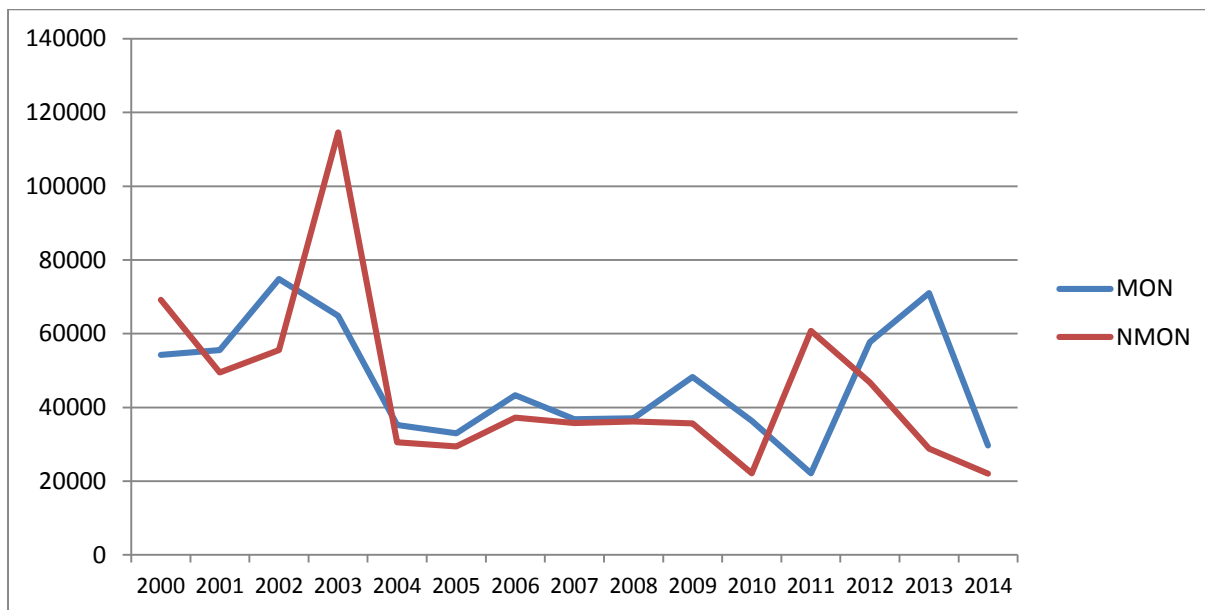
#### 4.5.2 Historische reeksen

De cijfers van 2015 kunnen uitgebreid worden naar voorgaande jaren. Aan de ene kant kan dit de validiteit bevestigen van de conclusie dat monumentaal vastgoed een hogere waarde internaliseert in huurprijzen. Aan de andere kant geven ontwikkelingen in huurprijs en aanbod een indicatie van de dynamiek op de commerciële vastgoedmarkt in Utrecht. Van voorgaande jaren zijn de transactiedata bekend. Gegevens over de opname van panden in de markt geven een reëel beeld van de dynamiek die feitelijk plaatsvindt. Onderstaande grafiek (4.3) visualiseert het absolute aantal panden dat opgenomen is in het aanbod sinds 2000. Deze cijfers zijn uitgesplitst naar zowel monumentale (MON) als niet-monumentale panden (NMON). Tussen 2001 en 2005 is een duidelijke stijging te zien van het aantal opgenomen panden. Na 2005 blijven de lijnen binnen een bepaalde bandbreedte, met duidelijke verschillende trends. Tijdens een hoogtepunt van de ene categorie treedt er een daling op van de andere categorie.



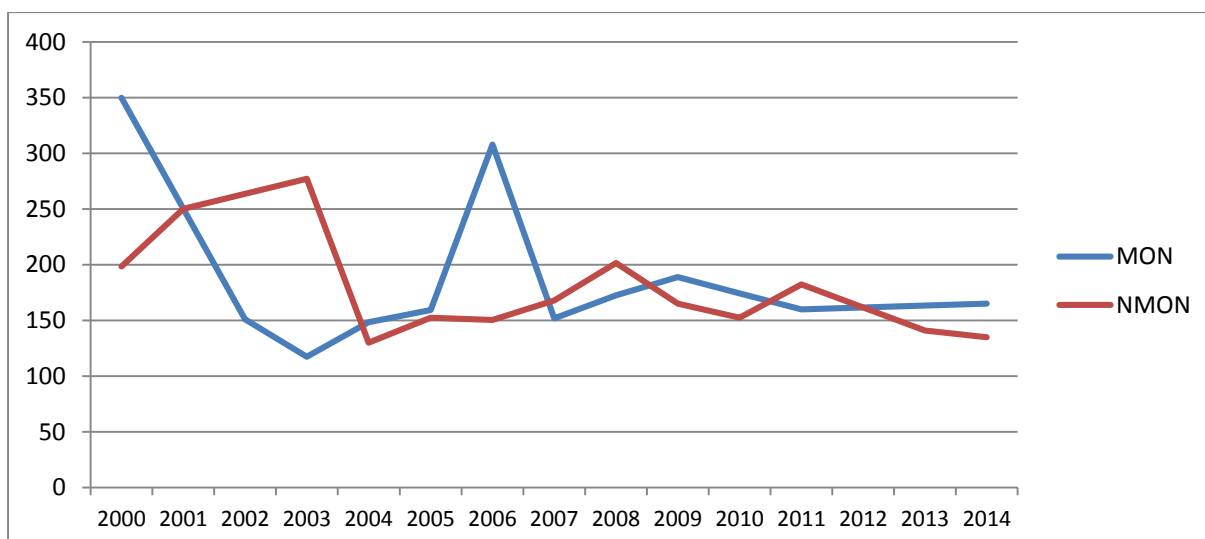
Figuur 4.3 Absoluut aantal opnames (bron: VGM)

Grafiek 4.4 geeft een historisch overzicht van de gemiddelde huurprijs in de Utrechtse binnenstad. In de periode tot 2003 blijkt een hogere gemiddelde prijs, terwijl de opname lager was in deze tijd (zie figuur 4.3). Een oorzaak van de relatief hogere prijzen kan de schaarste op de markt zijn. Verschillen in gemiddelde huurprijs zijn niet direct te destilleren uit de grafiek, de huurprijsontwikkelingen gaan historisch gezien gelijk op tussen beide onderzoeksgroepen. Vanaf 2012 echter ligt de monumentale huurprijs hoger. De eerder beschreven situatie in 2015 lijkt een trend te zijn sinds 2012. De piek in 2003 bij de niet-monumentale panden valt te verklaren door een aantal extreme gevallen. Uit de data blijken er twee niet-monumentale panden opgenomen zijn met een jaarlijkse huurprijs van respectievelijk 265 en 283 duizend euro. Deze twee outliers verhogen het gemiddelde van 2003. Beide panden hebben een winkelfunctie op een centrale locatie (Sint Jacobsstraat en Vredenburg).



Figuur 4.4 Gemiddelde huurprijs per pand (bron: VGM)

Om een meer accuraat beeld te krijgen van de huurprijzen die men moet betalen, is de huurprijs per vierkante meter een nauwkeurige indicator. In grafiek 4.5 zijn de huurprijzen weergegeven per vierkante meter van het betreffende pand. In 2000 begint de monumentale reeks op een hoogtepunt met gemiddeld 350 euro per vierkante meter. Vervolgens treden er tot 2007 grote fluctuaties op in huurprijzen voor beide onderzoeksgroepen. Een opvallende stijging van niet-monumentale panden vindt plaats tussen 2001 en 2003. Monumentale panden worden fors duurder verhuurd in 2006 waarna er weer stabilisatie optreedt rond de 150 lijn. Tussen 2007 en 2014 blijven de huurprijzen constant binnen een bandbreedte van 150-200 euro. Na 2012 blijft het prijsniveau van monumentale panden consequent boven niet-monumentale panden. Met historische reeksen in het achterhoofd kan afgevraagd worden of dit een duurzame trend is.



Figuur 4.5 Gemiddelde huurprijs per m<sup>2</sup> per pand (bron: VGM)

Voorgaande statistische beschrijvingen van huurprijzen worden allemaal bepaald door de markt. Van Overhagen (interview, 2015) stelt dat ook de monumentale vastgoedmarkt een echte vraag-aanbod markt blijft. Als de markt het niet wil betalen, dan kan het ook niet voor die prijs aangeboden worden. In sommige gevallen komt Van Overhagen (interview, 2015) zeer principiële eigenaren van monumentale panden tegen. Deze vinden hun pand bijvoorbeeld 200 euro per m<sup>2</sup> waard. Dan kan de

markt zeggen dat het minder waard is, maar het pand wordt niet verhuurd onder die 200 euro. Dit toont de speciale relatie aan die eigenaren in sommige gevallen met hun pand hebben. Ze nemen een hogere mate van leegstand of een lager rendement voor lief. Dit komt op andere plekken van de markt weinig voor, daar gaan panden nagenoeg altijd voor de marktwaarde weg.

Wanneer gebouwen gecompartmenteerd verhuurd worden treedt er differentiatie op in de prijs binnen een monumentaal pand. Zonder een lift, wat regelmatig voorkomt in historische gebouwen, is een kantoor op de derde/vierde verdieping minder aantrekkelijk dan op de begane grond. Op de begane grond zijn er vaak hoge plafonds, hogere verdiepingen zijn er vaak later opgezet en bieden minder ruimte tot het plafond. Deze factoren zorgen voor interne prijsverschillen in panden als ruimtes apart verhuurd worden. Andere factoren die het prijsverschil tussen monumentale panden verklaren zijn onder andere het afwerkingniveau, dit kan uiteen lopen tussen panden. Ook parkeergelegenheid kan de verkoopbaarheid van een monumentaal pand vergroten omdat dit vaak niet aanwezig is op centrumlocaties.

### 4.5.3 Leegstand

Aan de hand van een inventarisatie van de aangeboden panden in de binnenstad van Utrecht is een indicatie te geven van de leegstand. Wanneer een eigenaar zich geconfronteerd weet met een leegstaand pand zal in de meeste gevallen dit pand te koop of te huur worden aangeboden. Met deze informatie kan een gevoel worden verkregen van het aantal leegstaande vierkante meters aan commercieel onroerend goed. De volgende cijfers geven een ander beeld van de leegstand in Utrecht dan blijkt uit reguliere bronnen. Dit als gevolg van het specifieke onderzoeksgebied en het onderscheid tussen monumenten en niet-monumenten.

In monumentale panden is een leegstand gevonden van 1,5%. Dit is een zeer laag cijfer voor leegstand, wanneer ook de frictieleegstand wordt meegenomen is het leegstandsprobleem nihil. De totale oppervlakte aan leegstand is 8.303 m<sup>2</sup>. Voor niet-monumentale panden ligt de leegstand met meer dan een procent hoger op 2,8%. De totale oppervlakte van dit leegstaande vastgoed is 14.660 m<sup>2</sup>. Het verschil valt voor een deel te verklaren door een aantal kantoren met grote oppervlaktes die in aanbod staan. In monumentale panden zijn nauwelijks kantoren gevestigd met grote vloervelden.

De niet-monumentale uitschieters die leeg staan zijn onder andere het pand La Vie, met kantoren boven de Bijenkorf. De grootste uitschieter is het gebouw Jacobsweerd op de St.-Jacobsstraat met 3.004 m<sup>2</sup> verhuurbare ruimte. Door verbouwingen en modernisering is recent een aantal grote panden vrijgekomen die het leegstandscijfer onder niet-monumentale panden sterk beïnvloedt. Een positieve invloed op de leegstand door een grotere aantrekkelijkheid van monumentale panden is niet waarschijnlijk. Wanneer gekeken wordt naar leegstand aan de hand van het aantal leegstaande panden, kennen monumenten juist een hogere leegstand met 2,8% versus 2,3%. De gevonden verschillen in leegstand moeten vooral toegewezen worden aan het grotere oppervlakte van niet-monumenten.

### 4.6 Bedrijven

Een essentieel element van een commerciële vastgoedmarkt zijn de bedrijven. De panden moeten opgevuld worden door ondernemingen zodat deze markt überhaupt kan bestaan. Het determinerende effect op de vastgoedmarkt van bedrijven vraagt om een nadere analyse van de bedrijvigheid in Utrecht. Binnen de afbakening van het onderzoeksgebied zijn er in totaal 5.046 unieke commerciële instellingen gevestigd met een eigen KVK (Kamer van Koophandel) nummer. Deze instellingen bestaan onder andere uit kantoren, winkels en bedrijfsruimten. Van deze bedrijven zijn er 2.295 die in een monumentaal pand gevestigd zijn. Kanttekening hierbij is dat er meerdere bedrijven (op basis van het bijbehorende KVK-nummer) in één pand gevestigd kunnen zijn.

Het aantal unieke panden in het geselecteerde gebied is 2.812. Per pand zijn er dus gemiddeld 1,79 bedrijven gevestigd. Onder monumentale panden is de bedrijfsbezettingsgraad per pand iets lager dan het gemiddelde, met 1,74 bedrijf per pand. Dit is een opvallende observatie gezien de grotere oppervlaktes geassocieerd met monumenten. De verklaring kan liggen in een groter aantal werknemers van monumentaal gehuisveste bedrijven of een lager effectief ruimtegebruik. Deze

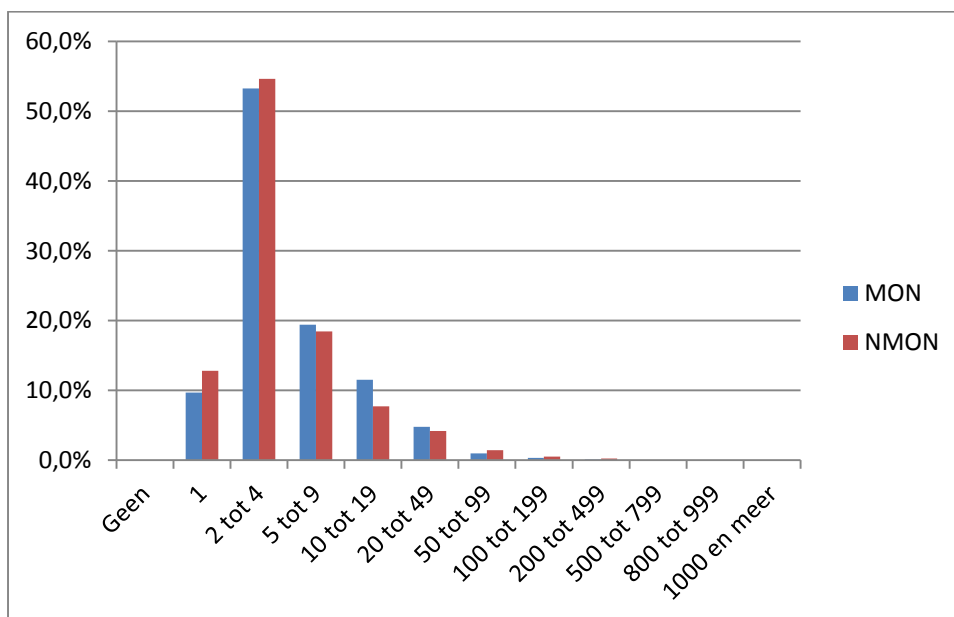
analyse wordt ondersteund door Van Overhagen (interview, 2015) die ziet dat monumentale panden vaak beschikken over brede gangzones en hoekjes waar je niks mee kan. Dan kan het totale oppervlakte wel groot zijn, maar de ruimte die effectief gebruikt kan worden om bedrijven te huisvesten is minder.

#### 4.6.1 Bedrijfs grootte

De vraag naar een bepaald type pand is sterk afhankelijk van de grootte van het bedrijf. Door de vaak unieke kamerindeling is te verwachten dat niet alle bedrijven even geschikt zijn om zich te vestigen in monumentale panden. Aan de hand van de grootteklasse van bedrijven kunnen de vestigingsvoorkeuren beschreven worden. De ZZP'ers zijn sterk ondervertegenwoordigd in dit onderzoek aangezien alleen commercieel gebruikte panden bekeken worden. Een groot deel van de ZZP'ers werkt vanuit een pand met een woonfunctie en valt dus buiten deze analyse.

Zoals figuur 4.6 visualiseert zijn de kleinere bedrijven gevestigd in monumentale gebouwen ondervertegenwoordigd. De categorieën bestaande uit ZZP'ers en 2 tot 4 werknemers vestigen zich relatief minder in monumentale panden. De bedrijven die zich vestigen in monumentale panden zijn relatief meer vertegenwoordigd in de categorieën van 5 tot 49 werknemers.

Hieruit blijkt dat de kleine bedrijven (<4 werknemers) zich relatief vaker in niet-monumentale panden vestigen in de binnenstad. De middelgrote bedrijven hebben relatief vaker een vestigingsvoorkeur in monumentale panden. De bedrijven met meer dan 100 werknemers zijn nauwelijks aanwezig in de Utrechtse binnenstad. Als gevolg van de grote mate van historiciteit in de binnenstad kan geconcludeerd worden dat grotere bedrijven per definitie geen locatie zoeken in een historische omgeving. De bedrijven met honderd of meer werknemers zullen zich vaker vestigen op locaties als Papendorp. Hier is meer ruimte voor kantoorgebouwen die aangepast zijn op de wensen van het betreffende bedrijf. Hierbij moet gedacht worden aan de vraag naar grote, open kantoorvelden zoals eerder genoemd.

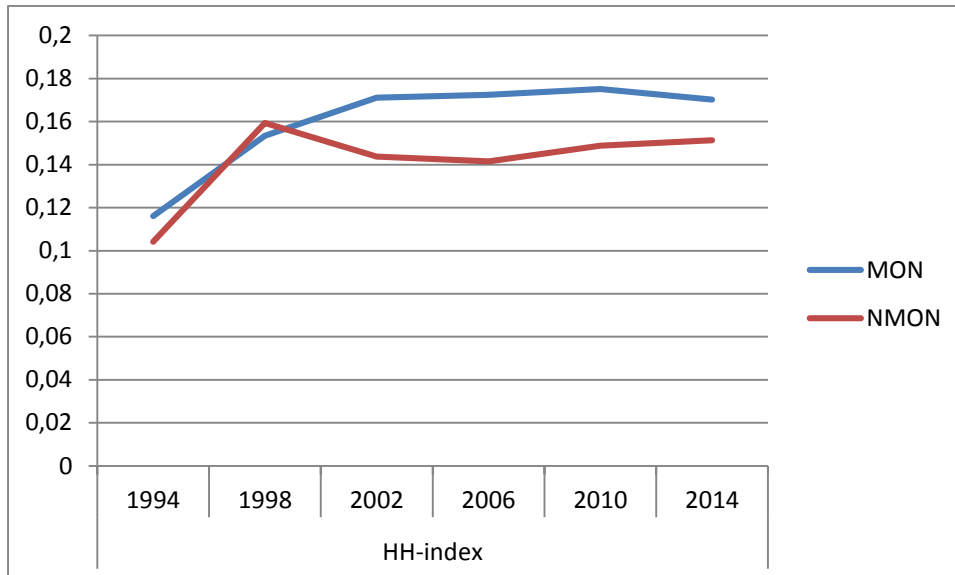


Figuur 4.6 Bedrijven naar grootteklasse per type pand (bron: KVK)

#### 4.6.2 Sectorale variatie

Op basis van de gevestigde bedrijven kan de sectorale variëteit in de Utrechtse binnenstad geanalyseerd worden. De mate van variëteit wordt bepaald door middel van de HH-index. De index wordt berekend voor zowel bedrijven gevestigd in een monumentaal pand als in een niet-monumentaal pand. De afzonderlijke indexcijfers geven een beeld van de variëteit aan bedrijven binnen de betreffende vastgoedmarkt. Om de sectorale variëteit terug te brengen tot één cijfer wordt

het aantal vestigingen per sector opgesomd en gedeeld door het totale aantal vestigingen van alle sectoren. Dit getal wordt vervolgens gekwadrateerd. Zoals te lezen is in het methodiekhoofdstuk geeft een gespecialiseerde structuur een hoge HH-index. Een lage HH-index betekent een gevarieerde structuur. Figuur 4.7 toont de evolutie van de sectorale variëteit van zowel bedrijven gevestigd in monumentale (MON) als niet-monumentale (NMON) panden in de Utrechtse binnenstad in de periode 1994-2014.



Figuur 4.7 HH-index tussen 1994 en 2014 per type pand (bron: PAR)

Uit voorgaande figuur blijkt dat de structuur van bedrijven in monumentale panden nagenoeg de hele periode meer gespecialiseerd is. Afgezien van 1998 waar bedrijven gevestigd in niet-monumentale panden kortstondig een meer gespecialiseerde structuur vertonen. Bedrijven in niet-monumentale panden hebben over het algemeen de meest gevarieerde sectorale structuur. In 2014, de meest recente situatie, hebben bedrijven in monumentale panden een HH-index van 0,17. Bedrijven in niet-monumentale panden kenmerken zich door een index van 0,15. Dit is een aanzienlijk verschil, historische trendreeksen bevestigen de verschillen over langere termijn. Geconcludeerd kan worden dat monumentale panden huisvesting bieden aan een minder gevarieerde structuur aan bedrijvigheid.

Om meer inzicht te verkrijgen in de variëteit van de Utrechtse binnenstad wordt het aandeel van de top 5 meest vertegenwoordigde sectoren weergegeven per type pand. In tabellen 4.3.1 en 4.3.2 worden de aandelen van sectoren voor zowel monumentale als niet-monumentale panden in 1994 en 2014 weergegeven. De 2-digit sectoren zijn gebaseerd op de Standaard Bedrijfsindeling van het CBS (SBI). De focus van dit onderzoek ligt op de panden waarin bedrijven gevestigd zijn. Om die reden is ervoor gekozen om een enkel bedrijf per pand mee te nemen. Hiermee ontstaat een beter beeld van de bedrijvigheid binnen panden en niet van de hele economische structuur van de Utrechtse binnenstad. Onderstaande percentages zijn om die reden op basis van aantallen bedrijven berekend.



Monumentaal		1994	Monumentaal		2014
1	Detailhandel (niet in auto's)	29,6%	Detailhandel (niet in auto's)		34,9%
2	Eet- en drinkgelegenheden	13,7%	Eet- en drinkgelegenheden		19,0%
3	Onderwijs	4,2%	Onderwijs		5,5%
4	Gezondheidszorg	4,2%	Levensbeschouwelijke en politieke organisaties, belangen- en ideële organisaties, hobbyclubs		5,5%
5	Levensbeschouwelijke en politieke organisaties, belangen- en ideële organisaties, hobbyclubs	4,2%	Rechtskundige dienstverlening, accountancy, belastingadvisering en administratie		3,1%

Tabel 4.3.1 Top 5 bedrijfssectoren in monumentale panden in 1994 en 2014 (bron: PAR)

Niet-monumentaal		1994	Niet-monumentaal		2014
1	Detailhandel (niet in auto's)	27,6	Detailhandel (niet in auto's)		33,1%
2	Eet- en drinkgelegenheden	13,8%	Eet- en drinkgelegenheden		17,1%
3	Wellness en overige dienstverlening; uitvaartbranche	6,2%	Wellness en overige dienstverlening; uitvaartbranche		6,1%
4	Maatschappelijke dienstverlening zonder overnachting	3,4%	Holdings (geen financiële), concerndiensten binnen eigen concern en managementadvisering		4,1%
5	Levensbeschouwelijke en politieke organisaties, belangen- en ideële organisaties, hobbyclubs	2,8%	Openbaar bestuur, overheidsdiensten en verplichte sociale verzekeringen		3,1%

Tabel 4.3.2 Top 5 bedrijfssectoren in niet-monumentale panden in 1994 en 2014 (bron: PAR)

Het beeld dat ontstaat uit bovenstaande tabellen is er een van grote overeenkomsten. Twee bedrijfssectoren domineren het commercieel gebruikte vastgoed; detailhandel en eet- en drinkgelegenheden. De detailhandel is meer vertegenwoordigd in monumentale panden, de groei naar 2014 is in beide groepen nagenoeg gelijk met respectievelijk 5,3% en 5,5%. Eet- en drinkgelegenheden zijn sterker vertegenwoordigd in monumentale panden. Een mogelijk verklaring hiervoor is dat de sfeer van een karakteristiek pand aantrekkelijk is voor gasten van horecagelegenheden. De nadelen van de vastgelegde indeling van monumenten speelt een kleinere rol voor horeca dan voor retail. Eet- en drinkgelegenheden zijn van hetzelfde startpunt in 1994 (bijna 14% aandeel) verschillend gegroeid. In monumentale panden is deze sector sneller gegroeid met 5,3% versus 3,3% in niet-monumentale panden. De groei in het aandeel van een klein aantal sectoren bevestigt de toenemende specialisatie tussen 1994 en 2014 zoals te zien in figuur 4.7.

Hoewel de gelijkenis tussen de vijf grootste sectoren in elke categorie groot is, zijn er een aantal opvallende verschillen. Zo is de sector onderwijs sterk aanwezig in monumentale panden. De oorzaak hiervan is het grote aantal universiteitsgebouwen gevestigd in de binnenstad, uit deze analyse blijkt dat een relatief groot deel monumentaal is. Daarnaast blijken organisaties met een maatschappelijke functie (levensbeschouwelijk, politiek, belangen, ideëel) vaker gevestigd te zijn in monumentale panden, met zelfs een stijgend aandeel. Het is aannemelijk dat voor deze organisaties uitstraling en status een grote rol spelen in de huisvesting. Daarnaast hebben zij minder grote kwaliteitseisen wat betreft huisvesting (Langerak, interview, 2015). De derde plek qua aandeel bij niet-monumentale panden wordt gevormd door wellness en overige dienstverlening, vanuit de data blijkt deze categorie vooral te bestaan uit kapsalons en salons. Kenmerk van deze bedrijfssector zijn niet de unieke panden, maar vooral de goede locatie. Een plek in het centrum van een stad leidt tot een groot verzorgingsgebied, daarom is locatie van groot belang voor bedrijven binnen deze sector. De holdings

blijken geen lege constructies te zijn, deze bedrijven bevatten werkgelegenheid tussen de 1 en 108 werknemers.

#### 4.6.3 Vestigingsduur

Een belangrijk onderdeel van de dynamiek van een vastgoedmarkt is de doorloop van gebruikers. Een snelle of trage verplaatsing van bedrijven geeft een indicatie van de aantrekkelijkheid van de betreffende panden en markt. De verwachting is dat monumentale panden aanzetten tot een lagere verhuisgeneigdheid bij bedrijven. Dit omdat eigenaren waarschijnlijk een bewustere keus maken voor een karakteristiek pand met een historie. De analyse is gedaan met bedrijven die in het onderzoeksgebied gevestigd zijn in 2014. Er kan teruggegaan worden tot 1994 om de aanwezigheid van diezelfde bedrijven te meten. Met behulp van dit onderzoek wordt de vestigingsduur van huidige bedrijven in hun pand beschreven.

Wanneer de vergelijking tussen monumentale en niet-monumentale panden gemaakt wordt blijkt dit niet overeenkomstig de verwachtingen. Het gemiddeld aantal jaren dat bedrijven gevestigd zijn in een pand ligt hoger bij niet-monumentale panden. De monumentale vastgoedmarkt kent een hogere verplaatsingsdynamiek: bedrijven blijven minder lang in eenzelfde pand zitten als dit een monumentaal pand is. De maximale duur dat een bedrijf in een pand gevestigd kan zijn, is 21 jaar. Door het instellen van een maximale duur wordt het beeld niet vertroebeld door uitschieters zoals restaurant Huize Molenaar, waar al bijna 125 jaar hetzelfde bedrijf in gevestigd is (Jansen, interview, 2015).

Binnen de onderzochte jaren is de gemiddelde vestigingsduur van bedrijven in monumentale panden 16,15 jaar. Voor niet-monumentale panden ligt het gemiddelde hoger met 16,98. Het verschil tussen de gemiddelden is dus bijna 10 maanden. Wanneer de Rijksmonumenten uit de selectie gefilterd worden daalt de gemiddelde vestigingsduur naar 15,92 jaar. Dit is meer dan een jaar verschil met niet-monumentale panden. Hieruit blijkt dus dat bedrijven in een niet-monumentaal pand voor langere tijd gevestigd blijven op dezelfde plek, dus een lagere verhuisgeneigdheid hebben. Omdat deze uitkomsten tegen de verwachtingen in zijn is het lastig om conclusies te trekken op basis van deze getallen. Een mogelijke interpretatie van bovenstaande data is dat de hogere kosten van gevestigd zijn in een monumentaal pand niet gedekt kunnen worden door de opbrengsten van de bedrijfsvoering. Daarnaast is het mogelijk dat bedrijven in de loop der tijd een aanpassing of uitbreiding van hun pand willen uitvoeren. Binnen de regelgeving van monumentale panden is dit in mindere mate mogelijk, dus zoeken deze bedrijven andere huisvesting.

Het aantal bedrijven dat gedurende de gehele onderzoeksperiode (1994-2014) in hetzelfde pand gevestigd is, bevestigt de eerder gevonden verschillen. 48,6% van de bedrijven die in 2014 in een monumentaal pand gevestigd zijn zitten hier sinds 1994. Met grote waarschijnlijkheid kan gezegd worden dat een aanzienlijk deel hiervan zelfs al voor 1994 in hetzelfde pand gevestigd is. In niet-monumentale panden is 51,5% van de bedrijven de gehele onderzoeksperiode in hetzelfde pand gevestigd. Bij niet-monumentale panden is dus een groter aandeel bedrijven de gehele periode vanaf 1994 gevestigd in hun pand.

#### 4.6.4 Motieven

In deze paragraaf worden de achterliggende redenen van bedrijven en beleggers achterhaald om zich in een monument te vestigen of een monument aan te kopen. Grote beleggers kopen over het algemeen geen winkelpanden omdat ze een monumentstatus hebben, maar omdat deze zijn gelegen op een A1 winkellootlocatie (Langerak, interview, 2015). Toch zijn er veel particuliere beleggers die investeren in monumenten. Vaak zijn dit beleggers die graag in monumenten beleggen omdat ze het leuk vinden, het is een 'hebbedingetje' (Langerak, interview, 2015; Van Overhagen, interview, 2015). Er komt duidelijk naar voren dat er een specifieke groep is die de meerwaarde van monumentale panden wil betalen. Daarbij komt dat de panden vaak langjarig in het bezit zijn van partijen, er is minder handel (Van Overhagen, interview, 2015). Uit de analyse in dit onderzoek blijkt dit voor 2013 en 2014 zeker te gelden, vóór die tijd treedt er een afwisselend patroon op. Door de aanwezigheid van een monumentstatus of een beschermd stadsgezicht geniet een eigenaar of ontwikkelaar een grote mate

van zekerheid. Volgens Jansen (interview, 2015) verzekert deze status dat de situatie over 20/30 jaar nog hetzelfde is als nu. Deze institutionele zekerheid vertaalt zich in cijfers over de economische waarde van panden.

Dat grote beleggers vooral geïnteresseerd zijn in locatie wordt bevestigd door ASR hoofd research Louw (persoonlijke communicatie, 2015). De belemmeringen van monumentaliteit die in het bijzonder spelen bij retail, worden gecompenseerd door de locatie. Als de retailer een plek dusdanig goed vindt dat hij het pand wil hebben, dan is ASR bereid om te kopen. De monumentstatus van een specifiek pand doet er dan in mindere mate toe. Wanneer beleggers een winkelpand aankopen wordt eerst gekeken naar locatie, wat is het beste gedeelte van het winkelgebied? Passantenstromen langs de betreffende locatie spelen hierbij een belangrijke rol. Vervolgens wordt gekeken of er al een huurder in het pand zit of dat een huurder gezocht moet worden. Uiteindelijk wordt gekeken naar de monumentale status, maar dan in juridische zin. Dit laatste bepaalt de mogelijkheden tot verbouwen en aanpassen op de gebruikers. De monumentale status kan een prijsdrukkende werking hebben wanneer de mogelijkheden voor het vinden van een geschikte huurder kleiner worden. Louw (persoonlijke communicatie, 2015) vult hierop aan dat de historiciteit van de hele binnenstad wel degelijk een rol speelt. Het publiek (de passant) wordt aangetrokken door een dergelijke binnenstad en dus wordt een pand binnen die omgeving aantrekkelijk voor beleggers. Daarnaast blijft er altijd een nichemarkt voor monumentale gebouwen onder kantoorgebruikers als gevolg van de status behorende bij het bedrijf.

Voor de gebruikers ontstaat een wisselend beeld. Muus (interview, 2015) ziet dat gebruikers vooral zoeken naar mooie panden, de monumentstatus is van weinig belang in dit keuzeprocess. Bij taxaties draait het net zo min om deze status, de ligging en het afwerkingniveau zijn waardebepalende factoren. Hij ziet dat het vooral gaat om waardevaste plekken, in veel gevallen zitten daar dan ook monumentale panden. Toch zijn er bepaalde huurders die specifiek een karakteristiek pand kiezen voor de uitstraling, 'een bepaald cachet' (Van Overhagen, interview, 2015). Een andere belangrijke factor om binnen de historiciteit van het beschermd stadsgezicht in Utrecht te vestigen is de aantrekkingskracht op medewerkers. Toch speelt hierbij de monumentstatus een ondergeschikte rol. Langerak (interview, 2015) zegt over de meerwaarde van monumenten dat er een paar groepen gebruikers zijn die graag in een monumentaal pand gevestigd willen zijn en daarom bereid zijn er extra voor te betalen.

Die groep gebruikers die bereid is meer te betalen voor een monumentaal pand wordt gekarakteriseerd door Van Overhagen (interview, 2015). De grotere kantoorgebruikers zijn vaak lokale spelers. Internationale organisaties kiezen minder vaak voor een monumentaal pand. In het geval van lokale bedrijven is het vaak de eigenaar die de keus mag maken betreffende huisvesting. Bij internationale organisatie wordt gekeken onder de streep, wat kost de huisvesting. Wanneer cijfermatig wordt gekeken zijn monumenten vaak te duur in vergelijking met traditionele kantoorlocaties. Voor sommige bedrijven is de status van een locatie of een pand ondersteunend aan de bedrijfsvoering, hierbij moet gedacht worden aan de advocatuur, bouwkundigen, beleggingsinstellingen, etcetera (Louw, persoonlijke communicatie, 2015).

Daarnaast zijn er ook bedrijven die de historie en sfeer van een monumentaal pand inzetten om het eigen merk te versterken. Een voorbeeld hiervan is grand hotel Karel V. Dit pand is een Rijksmonument waar tegenwoordig een complex in gevestigd is met een restaurant, logies en wellness. Volgens Jansen (interview, 2015) gebruikt men de historie als visitekaartje, men is in sommige gevallen begaan met de geschiedenis wanneer het bedrijf gevestigd is in een historisch pand. Er is in dit geval een pagina op de bedrijfswebsite gewijd aan de historie van het gebouw, 'de geschiedenis is hier overal voelbaar' (KareIV.nl). Voor de vestiging van een hoogwaardig hotelcomplex in Utrecht is in dit geval bewust gekozen voor een locatie in een historisch, monumentaal pand. In de begeleidende teksten wordt specifiek verwezen naar de Rijksmonumentstatus die het pand heeft verworven. Een ander voorbeeld is huize Molenaar, men roemt zich dat er al 125 jaar mogelijkheden zijn voor diners en vergaderingen. Op hun website is ook een uitgebreide beschrijving van de historie van de twee panden waaruit het bedrijf bestaat. Men probeert overal de historische sfeer te laten

ademen: 'ons 18e-eeuwse patriciërshuis is nog grotendeels authentiek ingericht en straalt een zekere rust uit die herinnert aan tijden van weleer' (Huizemolenaar.nl).

#### 4.7 Gemeente

Een belangrijke actor in het monumentendiscours is de gemeente. Een gemeente kan haar monumentale binnenstad sterk promoten om er bedrijvigheid naartoe te trekken. Tegelijkertijd moet een gemeente een restrictieve rol hebben om de historiciteit van die binnenstad te bewaren. Deze paragraaf behandelt de houding van de gemeente Utrecht ten opzichte van monumenten en hun bedrijvigheid.

De binnenstad wordt door de Gemeente Utrecht (2010) beschreven als het identiteitsvormend gebied van de stad. Dit brandpunt van de stad vormt de ontmoetingsplaats voor zowel mensen van buiten Utrecht als Utrechters. Het historische karakter wordt in dit beleidsstuk expliciet genoemd als belangrijkste karakteristiek waarmee de binnenstad zich kan onderscheiden van bijvoorbeeld Leidsche Rijn. De gemeente spreekt van de binnenstad als product, dat in zijn totaliteit aantrekkelijk moet zijn. Het station, de goede voorzieningen, het ruime aanbod aan winkels en horeca wordt in één adem genoemd met het historische karakter.

De Viet (persoonlijke communicatie, 2015) beschouwt de historische binnenstad als de aangewezen plek voor zowel wonen als werken. Het gebied heeft een grote aantrekkingskracht op veel verschillende groepen. Om de aantrekkingskracht te behouden ziet de gemeente vooral een rol om de binnenstad te beschermen en te restaureren door een uitvoerig monumentenbeleid. De kernwaarde van de gemeente is het in stand houden van de toekomstwaarde. Men zet de monumenten niet zozeer in om specifiek bedrijven aan te trekken. Dit wordt gedaan vanuit de gedachte dat bedrijven zich toch wel vestigen als wordt gezorgd dat de historische waarde behouden blijft. Met een aantrekkelijk woon-/leef-/vestingsklimaat zullen er altijd bedrijven zijn die zich daartoe aangetrokken voelen.

##### 4.7.1 Regelgeving

Regelgeving voor monumentaal vastgoed ziet de gemeente als een belangrijke taak, vooral om de historiciteit van de binnenstad te waarborgen. Voor dit onderzoek is de invloed van de monumentale regelgeving op bedrijven van belang. Een algemeen beeld van wat bedrijven wel en niet mogen aanpassen is moeilijk te geven. De gemeente beoordeelt per aanvraag of de wijziging doorgevoerd mag worden of dat de originele staat behouden moet worden. Tegenwoordig is een omgevingsvergunning vereist als een eigenaar iets wil veranderen aan zijn monumentale pand, dit in tegenstelling tot reguliere panden waar vergunningen in veel gevallen maar een formaliteit zijn. Daarnaast moet voor aanpassingen aan monumenten toestemming van de commissie van welstand en monumenten gegeven worden.

Regelgeving over aanpassingen aan monumenten is in mindere mate voor kantoren een beperkende factor. Wanneer de bestemming goed is, zijn er geen obstakels (Van Overhagen, interview, 2015). Als kantoorgebruikers verbouwingen gedaan willen hebben voordat ze zich vestigen, dan ontstaan er obstakels. Een verhuurder moet in dat geval een vergunningtraject in dat tijd kost. Ondernemers willen juist snel duidelijkheid. Bovendien is de grotere mate van compartimentering niet zozeer een beletsel voor kantoren ziet Jansen (interview, 2015), om monumentale waarde te behouden zijn kantoorpanden eenvoudiger.

Voor winkelpanden zijn beperkingen door regelgeving problematischer. Winkels willen in het kernwinkelgebied de eigen formule in een pand plaatsen. Door een toenemende verketenisering (Van Aalst, 2008) is de uniformiteit tussen winkelgebieden toegenomen. Om de herkenbaarheid van hun merk te tonen kiezen veel bedrijven ervoor om op alle plekken eenzelfde, herkenbare uitstraling te hebben. In veel gevallen is een winkelformule in strijd met de monumentale uitstraling van een pand. Langerak (interview, 2015) erkent dat het vestigen van een winkelpand in een monument niet heel praktisch is. Volgens hem moet een winkel van binnen geen historische schoonheid hebben. Het interieur moet open zijn, een eigen indeling moet mogelijk zijn, 'elk verplicht muurtje is een muurtje teveel' (Langerak, interview, 2015). Winkeliers komt een monumentale gevel niet goed uit, in veel gevallen is het te weinig glas voor een etalage.

Verschillende typen winkels hebben verschillende eisen aan hun pand. Bepaalde winkels hebben als voornaamste eis dat ze in het kernwinkelgebied gevestigd moeten zijn, de historische uitstraling van de omgeving en het pand zijn minder van belang. Voorbeelden hiervan zijn de Kruidvat en de Blokker, hierbij is de voornaamste prioriteit een zichtbare etalage. Aan de andere kant is er bijvoorbeeld een herenmodezaak die juist het belang van een historische gevel inziet. Volgens Langerak zitten er over het algemeen meer nadelen dan voordelen aan een monumentaal pand voor winkelhuurders. De voordelen van subsidies en dergelijke zijn voor de eigenaar en niet voor de huurder. Een grote kanttekening die hierbij geplaatst kan worden is dat een goede locatie altijd de belangrijkste eis is. Een pand dat qua indeling zeer moeilijk te gebruiken is, maar waar grote winkelstromen dagelijks langskomen, kan alsnog in een courante markt terecht komen.

## V Conclusie

Dat monumentale panden in veel gevallen een bepaalde meerwaarde bieden is al langere tijd bekend. Woonhuizen en woonomgevingen profiteren in hoge mate van de toegewezen monumentstatus. Welke invloed de status heeft op de vestiging van bedrijven is tot nog toe onbekend. Dit onderzoek heeft een aanzet gegeven tot een overzicht van de overwegingen voor bedrijven om zich in een monumentaal pand te vestigen of te investeren. Er zijn vele factoren waar bedrijven rekening mee houden in hun vestigings- of beleggingskeuze, dit onderzoek wil daar onder andere aan bijdragen door monumentaliteit mee te nemen in de keuze voor een bedrijfspand. Om gegronde uitspraken te doen is er een controlegroep van niet-monumentale panden gebruikt. De stad Utrecht is het onderzoeksterrein voor dit onderzoek, desalniettemin zijn de uitkomsten toepasbaar in andere Hollandse steden. Dit hoofdstuk behandelt de verschillende deelvragen om vervolgens de volgende centrale vraag te beantwoorden:

**In hoeverre en op welke wijze verschilt de marktdynamiek van monumentaal vastgoed van de gehele commerciële markt in de Utrechtse binnenstad en wat zijn de gevolgen voor het vestigings- en investeringsgedrag van bedrijven?**

### 5.1 Huidige situatie

De gemeente Utrecht kent een groot aantal Rijks- en gemeentelijke monumenten. Zeker de binnenstad is voor een groot deel gevuld met monumenten. Dit verhoogt de noodzaak om deze deelmarkt onder een economisch vergrootglas te leggen. De ontwikkelingen in de monumentenzorg hebben ertoe geleid dat een grotere hoeveelheid panden in aanmerking komt voor een monumentstatus, niet meer alleen de oude panden die minimaal 50 jaar oud moeten zijn. Voor zowel Rijksmonumenten als gemeentelijke monumenten geldt er sterke regelgeving wanneer de eigenaar wijzigingen aan wil brengen. Van de commercieel gebruikte panden in de Utrechtse binnenstad heeft 47% een monumentstatus. Een grote groep bedrijven in Utrecht loopt dus aan tegen de beperkingen maar ook voordelen van een monumentstatus.

### 5.2 Pandkarakteristieken

Uit de analyse van bouwjaren blijkt de gehele Utrechtse binnenstad van een grote ouderdom te zijn, met een gemiddeld bouwjaar van respectievelijk 1759 en 1805 voor monumenten en niet-monumenten. Door deze constatering is de monumentstatus eruit gefilterd als belangrijkste gemeten variabele. De controlegroep is sterk vergelijkbaar met de daadwerkelijke onderzoeksgroep. Een belangrijk pandkarakteristiek is de oppervlakte van een pand. Een belegger heeft in veel gevallen voordelen van een groot pand door gespreide kosten. Voor bedrijven is het beeld diffuser, in sommige gevallen kan het voordelen bieden om een groot pand te hebben maar andere bedrijven zoeken juist kleinere metrages. Doordat monumenten gemiddeld groter zijn komen deze panden sneller in aanmerking voor nieuwe concepten zoals het delen van een kantoor. Door dit alternatieve gebruik van een pandkarakteristiek komen monumenten binnen het bereik van kleinere kantoorgebruikers die voorheen niet snel in een monument zouden vestigen.

### 5.3 Gebruiksfuncties

Voor beide typen panden geldt dat de kantoor-, winkel- en industrie functie het meest aanwezig is in de binnenstad. De industrie functie is ondervertegenwoordigd bij monumenten ten opzichte van niet-monumenten. De industrie functie bestaat uit bedrijfshallen en opslag. Deze functies vragen een mindere mate van sfeer en uitstraling. Hieruit blijkt dat men enigszins andere functies toebedeelt aan monumenten, vermoedelijk als gevolg van de grotere meerwaarde die een monumentaal pand biedt voor winkel- of kantoorfuncties. Vooral bij kantoorfuncties zijn monumenten oververtegenwoordigd, men beschouwt monumenten als geschikte panden voor gebruik als kantoor. Daarnaast kan het zo zijn dat monumenten zich beter lenen voor een kantoorfunctie, in tegenstelling tot een winkelfunctie. De winkelfunctie is enigszins minder vertegenwoordigd onder monumenten. Zoals is gebleken spelen beperkingen door regelgeving een grotere rol voor winkels. Dit kan een verklaring zijn voor de (relatief) lagere hoeveelheid winkelfuncties.

De gemiddelde oppervlakte per gebruiksfunctie kent geen algemene patronen. Tussen monumentaal en niet-monumentaal vastgoed zitten grote verschillen die alleen door de analyse van individuele gevallen geïnterpreteerd kunnen worden. Opvallend is dat de functies kantoor en winkel beiden een groter metrage hebben bij niet-monumentaal vastgoed. Met de eerdere conclusie dat monumentale panden gemiddeld groter zijn betekent dit dat monumenten meer verschillende functies herbergen. Dit valt te verklaren vanuit de grotere mate van verkamering zoals aangegeven is door respondenten. Hierdoor lenen monumenten zich voor meer verschillende functies binnen hetzelfde pand. Deze veelzijdigheid is een interessant gegeven voor beleggers die hun investering willen spreiden over verschillende huurders of voor bedrijven die kleinere ruimtes zoeken.

#### 5.4 Transactiedynamiek

Uit de transactiegegevens kan geconcludeerd worden dat er in historisch perspectief geen fundamentele, doorlopende verschillen merkbaar zijn tussen monumentaal en niet-monumentaal vastgoed. Dit geldt voor de opnames van panden, de absolute huurprijzen en de huurprijzen per m<sup>2</sup>. De data van 2015 tonen wel een duidelijk verschil in positief opzicht voor monumenten. Vanaf 2012 is deze trend zichtbaar. Monumenten vertonen een hogere opnamegraad, een hogere absolute huurprijs en een hogere huurprijs per m<sup>2</sup>. Een verklaring voor dit plotselinge contrast tussen de twee groepen vanaf 2012 is moeilijk te geven. Voor een interpretatie hiervan zal een breder onderzoek moeten plaatsvinden naar algemene trends in de Utrechtse vastgoedmarkt en de plaats van monumenten daarin.

De huurprijs per m<sup>2</sup> is een sterke indicator omdat hiermee panden vergeleken kunnen worden, onafhankelijk van de metrage van het object. Vanaf 2007 tot 2014 treedt een duidelijke trendlijn op waarbij monumenten en niet-monumenten per jaar een afwisselend patroon vertonen. Dit gebeurt in een bandbreedte tussen de 140 en 200 euro per m<sup>2</sup>. Vanaf 2012 duiken de huurprijzen van niet-monumentale panden onder de €150 per m<sup>2</sup>-lijn. De monumentale panden vertonen vanaf dit tijdstip een stabiele lijn boven de €150.

Uit deze observaties van het vastgoed blijkt in de huidige markt een verschil tussen monumentaal vastgoed en de controlegroep van niet-monumentaal vastgoed. Monumentale panden zijn gewilde objecten en de markt betaalt een meerwaarde. Deze conclusie is echter niet zeer sterk gezien de historische trendlijnen, waarbij de aantrekkelijkheid (uitgedrukt in huurprijzen) grote schommelingen vertoont. Het kleine aantal opnames is hier debet aan. Binnen een vastgoedmarkt waar jaarlijks maximaal 34 panden een nieuwe eigenaar vinden hebben individuele gevallen sterke invloed op de uitkomsten. De verschillen in leegstand vertonen wel een duidelijk onderscheid tussen beide soorten panden. In niet-monumentale panden is er sprake van een hoger leegstandspercentage dan dat van monumenten.

#### 5.5 Bedrijven

Opvallend is dat er per pand minder bedrijven gevestigd zijn in monumentale panden dan in niet-monumentale panden, terwijl het oppervlakte gemiddeld groter is. Niet-monumenten herbergen gemiddeld 1,79 bedrijf per pand, onder monumenten is dit 1,74 bedrijf per pand. De verklaring moet gezocht worden in de grootte van het bedrijf en de vaak unieke indeling van een historisch pand. Door de jaren heen wordt er veel verbouwd, bijgebouwd en veranderd in de structuur van een pand. In historische panden speelt de indeling een grote rol in de mogelijkheden tot huisvesting. Uit de analyse van bedrijven blijkt dat kleinere bedrijven (1 à 2 tot 4 werknemers) zich vaker vestigen in niet-monumentale panden.

In tegenstelling tot het beeld van de respondenten dat monumenten steeds vaker gecompartmenteerd verhuurd worden, blijkt feitelijk dat vooral grotere bedrijven gebruik blijven maken van monumentale gebouwen. Monumenten blijken relatief minder aantrekkelijk voor ZZP'ers en bedrijven met minder dan 5 werknemers ondank de segmentering in de verhuur. Deze waarneming ondersteunt de voorgaande verklaring dat er per monumentaal pand minder bedrijven gevestigd zijn omdat de bedrijven groter zijn. De werkelijk grote bedrijven, met meer dan 50 werknemers zijn

marginaal aanwezig in de binnenstad. Deze bedrijven zoeken grote vloervelden die veelal te vinden zijn op buitenstedelijke locaties, zoals Papendorp.

De sectorale variatie zegt wat over de mate aan variëteit van bedrijven. Binnen dit onderzoek is dit zowel voor bedrijven gevestigd in monumentale als in niet-monumentale panden berekend. De conclusie van deze analyse is dat de bedrijven in monumentale panden een gespecialiseerde structuur hebben, terwijl niet-monumentale bedrijfspanden meer variatie vertonen. Voor investeerders is dit een belangrijke uitkomst, een brede portefeuille aan niet-monumentale panden is minder gevoelig voor schokken omdat een betere spreiding bereikt kan worden. Over de aantrekkelijkheid van de gehele binnenstad kunnen geen conclusies getrokken worden, omdat de groepen panden niet geografisch geclusterd zijn en er geen vergelijking is gemaakt met andere binnensteden. De sectoren detailhandel en eet- en drinkgelegenheden zijn vanzelfsprekend sterk aanwezig in de binnenstad van Utrecht. Interessant is dat onderwijs een grote plek inneemt in monumentale panden. Verder vinden maatschappelijke organisaties in grote mate hun vestigingslocatie in monumenten.

De verplaatsingsdynamiek van bedrijven in monumentale panden is hoger dan die van niet-monumentale panden. De gemiddelde vestigingsduur in monumenten is 16,15 jaar terwijl bij niet-monumentale panden bedrijven gemiddeld na 17 jaar verplaatsen. De verhuisgeneigdheid kan om allerlei redenen hoger zijn bij bedrijven in monumentale panden. De verwachting is dat bedrijven uiteindelijk gehinderd worden in hun uitbreidingsvraag door de regelgeving over monumenten. Daarnaast is het mogelijk dat bedrijven in crisistijd de enigszins hogere huisvesting- en onderhoudsprijzen niet meer kunnen opbrengen door de bedrijfsvoering.

## 5.6 Gemeente

De historische binnenstad van Utrecht als kernpunt van een bloeiende stad wordt onderschreven door de gemeente. De aantrekkingskracht van de monumentaliteit van Utrecht op allerlei groepen wordt gezien als een krachtig *selling-point*. Om dit te behouden is een stringent beleid nodig dat moet zorgen dat de binnenstad behouden blijft in de huidige conditie. In het bijzonder winkeliers ondervinden negatieve gevolgen van het feit dat het voor het aanpassen van een pand een uitgebreid vergunningstraject vooraf gaat. Zij stellen hogere eisen aan de mogelijkheden tot aanpassingen aan een pand. De uniforme winkelformule van een bepaalde keten staat in sommige gevallen op gespannen voet met de historische waarde van monumentale gebouwen.

## 5.7 Eindconclusie

Zoals uit voorgaande behandeling van de deelvragen is gebleken, zijn er zeker verschillen te identificeren tussen monumenten en niet-monumenten. Uit de feitelijke beschrijvingen in dit onderzoek blijken monumentale panden eigenschappen te hebben die deze markt onderscheidt van andere markten. Aan de hand van de deelvragen is beantwoord in hoeverre en op welke wijze monumentale panden verschillen van de rest van de markt (de controlegroep). Een aantal verschillen is duidelijk aan te wijzen, zoals bouwjaar en metrage. Ook regelgeving voegt een belangrijke beslissingsfactor toe aan bedrijven die zich willen vestigen, in zowel belemmeringen als institutionele zekerheid. Andere dimensies blijken onduidelijker. De huurprijzen vertonen zeker verschillen, maar wanneer gekeken wordt of dit verschil duurzaam is door de tijd heen blijkt dit een minder sterke conclusie dan gedacht.

Of monumentaal vastgoed een verstandige *asset class* is om in te investeren of beleggen hangt van verschillende factoren af. Ten opzichte van de breed gedragen verwachtingen betreffende significant hogere huurprijzen en een lager verloop van huurders in monumentale panden, geeft dit onderzoek een ontvullend beeld. Het grote contrast met andere uitgevoerde onderzoeken kan enerzijds verklaard worden met de focus op bedrijfsmatig vastgoed. Bedrijven waarderen monumentale panden blijkbaar verschillend. Anderzijds is de controlegroep in de Utrechtse binnenstad grotendeels vergelijkbaar met de onderzochte groep. Hierdoor wordt puur de monumentstatus gemeten maar liggen de uitkomsten vervolgens dicht bij elkaar.

Door het diffuse beeld dat ontstaan is kan geconcludeerd worden dat een groot deel van de aantrekkelijkheid voor beleggers, investeerders en bedrijven gebaseerd is op locatie. Zoals makelaars



altijd zeggen: 'locatie, locatie, locatie'. Wanneer de locatie goed is, zijn er voor alle soorten commerciële actoren winst te behalen met vastgoed. Dit geldt voor alle panden in een centraal gelegen binnenstad, onafhankelijk van monumentstatus. Dit doet vervolgens niet af aan de gevonden verschillen tussen de onderzochte groepen. Een winkel ondervindt wel degelijk grotere belemmeringen wanneer het vestigt in een monumentaal pand, en statusgevoelige bedrijven zoeken nog altijd de karakteristieke panden op. De belangrijkste waarneming van de respondenten is dat het niet zozeer gaat om de monumentstatus, maar om de uitstraling. Heeft het pand een bepaalde allure dat bij een bepaalde bedrijfsvoering past. Een klein deel van de bedrijven en beleggers is specifiek op zoek naar een bepaald pand omdat zij het mooi vinden, omdat er een geschiedenis bij hoort. Deze kenners en liefhebbers waarderen historische panden, niet om de monumentstatus maar om het pand.

De combinatie aan historische panden in een binnenstad waarvan een groot aantal Rijks- en gemeentelijke monumenten en een beschermd stadsgezicht zorgt dat Utrecht in zijn geheel een aantrekkelijke stad is. Door een combinatie aan *amenities*, waaronder het erfgoed, trekken bedrijven, hoogopgeleide werknemers en beleggers naar deze plek. Het geheel aan panden en atmosfeer van de historische binnenstad vergroot de economische aantrekkelijkheid voor een grote diversiteit aan partijen. Binnen dit proces speelt een monumentale status zeker een rol, maar binnen het geheel van de Utrechtse binnenstad is het maar een schakel.

## 5.7 Reflectie en aanbevelingen voor vervolgonderzoek

Als gevolg van de wetenschappelijke onbekendheid met dit onderzoeksterrein is een verkennende analyse noodzakelijk. De toegevoegde waarde van een monumentstatus voor commercieel gebruikte panden is tot op heden niet onderzocht. Aangezien er bij een verkennend onderzoek nog geen hypothesen opgesteld kunnen worden behoort statistische toetsing niet tot de mogelijkheden. Dit feit stelt inherent beperkingen aan de soliditeit van de uitkomsten. Teneinde meer inzicht te verkrijgen in de marktdynamiek van de monumentale bedrijfspanden volgen enkele aanbevelingen.

De grenzen van verkennend onderzoek zijn opgezocht in dit onderzoek door de vastgoedmarkt uitgebreid te analyseren met een grote hoeveelheid data. In de praktijk blijken de resultaten veelal indicatief van aard. Een aanbeveling voor vervolgonderzoek is het toepassen van een hedonische prijsmethode op commerciële panden. Wanneer deze methode toegepast wordt kan een sterker verband gelegd worden tussen monumentstatus en de waarde van een pand. De monumentstatus kan op deze manier worden geïsoleerd van andere factoren die van invloed zijn op de prijs.

Een factor die binnen dit onderzoek niet apart is bekeken is locatie van een pand. Het onderzoeksgebied is duidelijk afgebakend maar binnen deze geografische afbakening zijn er alsnog veel verschillen. Zeker wanneer een analyse wordt gemaakt van winkelpanden kunnen er grote verschillen optreden tussen bijvoorbeeld A1, A2 of B1 winkellocaties. Een mogelijkheid om dit te onderzoeken is de passantstroom. Hiervoor zou per pand onderzocht moeten worden hoeveel winkelend publiek voorbij komt lopen.

De keuze van respondenten beïnvloedt zeer sterk de uitkomsten van een onderzoek. Door de combinatie met een kwantitatief gedeelte is in dit onderzoek ervoor gekozen om een klein aantal respondenten te benaderen met een cruciale rol. Het gewicht van dit onderzoek ligt bij de cijfermatige analyse, de uitingen van respondenten dienen als interpretatie van de uitkomsten. Voor het beantwoorden van deze hoofdvraag zou eveneens gekozen kunnen worden voor een volledig kwalitatieve aanpak. Een interessante invalshoek zou zijn om de vastgoedmarkt te benaderen vanuit de gebruikers. Een bijpassende onderzoeksmethode is het benaderen van een groot aantal bedrijfseigenaren van zowel monumentale als niet-monumentale panden. Vervolgens kunnen deze respondenten gevraagd worden naar hun motieven en overwegingen om zich te vestigen in een monumentaal of juist niet-monumentaal pand.

In dit onderzoek wordt afwisselend gesproken vanuit het perspectief van de eigenaar van een pand en van de huurder van het pand. Hiervoor is gekozen om het onderzoek voor verschillende groepen gebruikswaarde te geven. Zowel een pandeigenaar, huurder, makelaar, belegger en ambtenaar kunnen gebruik maken van dit onderzoek. Het valt aan te bevelen om in vervolgonderzoek de focus te

richten op één bepaalde belangengroep. Dit kan leiden tot verdere verdieping van een bepaald perspectief op de monumentale vastgoedmarkt. Een suggestie wordt gegeven in de voorgaande alinea door het onderzoek vorm te geven aan de hand van de gebruikers van monumenten, de huurders in veel gevallen.

# VI Literatuurlijst

Alberini, A., P. Riganti, & A. Longo (2003), Can people value the aesthetic and use services of urban sites? Evidence from a survey of Belfast residents. *Journal of Cultural Economics* 27 (3), pp. 193–213.

Alberini, A., & A. Longo (2006), Combining the travel cost and contingent behavior methods to value cultural heritage sites: evidence from Armenia. *Journal of Cultural Economics* 30 (30), pp. 287–304.

Atzema, O., J. Lambooy, T. van Rietbergen & E. Wever (2009), *Ruimtelijke Economische Dynamiek, kijk op bedrijfslocatie en regionale ontwikkeling*. Bussum: Coutinho.

Baarveld, M., M. Smit & M. Hoogerbrugge, red. (2014), *Bouwen aan herbestemming van cultureel erfgoed: samenwerking en verevening in gebiedsontwikkeling*. Den Haag: Platform31; Enschede: Universiteit Twente.

Bedate, A., L. C. Herrero & J. Sanz (2004), Economic valuation of the cultural heritage: application to four case studies in Spain. *Journal of Cultural Heritage* 5, pp. 101–111.

Boter, J., R. Rouwendal & M. Wedel (2005), employing travel time to compare the value of competing cultural organizations. *Journal of Cultural Economics* 29, pp. 19–33.

Brueckner, J., J.F. Thisse & Y. Zenou (1999), Why is central Paris rich and downtown Detroit poor? An amenity-based theory. *European Economic Review* 43(1), pp. 91-107.

Cammen, H. van der, L. de Klerk, G. Dekker & P.P. Witsen (2012), *The selfmade land: culture and evolution of urban and regional planning in the Netherlands*. Houten: Spectrum.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2013), *Verschillende methoden om clusters van bedrijven te meten*. Webartikel 2013.

Chen, Y. & S.S. Rosenthal (2008), Local amenities and life-cycle migration: Do people move for jobs or fun? *Journal of Urban Economics* 64(3), pp. 519-537.

Cheshire, P. & S. Sheppard (2002), The welfare economics of land use planning. *Journal of Urban Economics* 52(2), pp. 242–269.

Cheshire, P., M. Nathan & H.G. Overman (2014), *Urban economics and urban policy: challenging conventional policy wisdom*. Cheltenham: Edward Elgar.

Creigh-Tyte, S.W. (2000), The built heritage: some British experience. *Louvain Economic Review* 66(2), pp. 213-229.

Deodhar, V. (2004), *Does the housing market value heritage? Some empirical evidence*. Research paper no.403. Sydney: Macquarie University.

Diamond, D.B. (1980), Income and residential location: myth revisited. *Urban studies* 1980(17), pp. 1-12.

Duijn, M. van & J. Rouwendal (2011), Cultural heritage and the location choice of Dutch households in a residential sorting model. *Journal of Economic Geography* 13(3), pp. 473-500.

Elp, M. van & P. Konings (2015), *Beleggen in zorgvastgoed, perspectief voor beleggers*. MSCI & EIB.

Engelsing Makelaars (2004), Monument en rendement. De invloed van de monumentenstatus op de waarde van de woning.

Evers, D., J. Tennekes & F. van Dongen (2014), De bestendige binnenstad, Een verkenning van de leegstand, het leefklimaat, het voorzieningenniveau, het vestigingsklimaat en de economische structuur van de Nederlandse binnenstad. Den Haag: Planbureau voor de Leefomgeving.

Faria, J.R. & M. León-Ledesma (2009), Cultural Heritage and Growth.

Florida, R. (2002), The rise of the creative class: and how its transforming work, leisure, community and everyday life. New York: Basic Books.

Gemeente Utrecht (2010), Utrecht, ontmoetingsplaats voor talent: Economisch Profiel Utrecht 2010. Dienst stadsontwikkeling, afdeling Economische Zaken.

Glaeser, E.L., J. Kolko & A. Saiz (2000), Consumer city. Discussion Paper Number 1901. Cambridge: Harvard Institute of Economic Research.

Glaeser, E.L., J. Gyourko & R. Saks (2005), Why is Manhattan so expensive? Regulation and the rise in housing prices. *Journal of Law and Economics* 48(2), pp. 331–369.

Glaeser, E.L. & B.A. Ward (2009), The causes and consequences of land use regulation: evidence from Greater Boston. *Journal of Urban Economics* 65(3), pp. 265–278.

Glaeser, E.L. (2011), Triumph of the city: how our greatest invention makes us richer, smarter, greener, healthier, and happier. London: Penguin books.

Gool, P. van, P. Jager, M. Theebe & R. Weisz (2013), Onroerend goed als belegging. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers bv. Vijfde Druk.

Greer, R.J. (1997), What is an asset class, anyway? Investment Opportunities consist of more than just capital assets. *The Journal of Portfolio Management* 23(2), pp. 86-91.

Griliches, Z. (1971), Introduction: hedonic price indexes revisited. In: Z. Griliches, red., price indexes and quality change, pp. 3-15. Cambridge: Harvard University Press.

Haspel, J. (2011), Built heritage as a positive location factor - economic potentials of listed properties. Germany: ICOMOS.

Janssen, J. (2012), Territoriaal kapitaal, over de betekenis van erfgoed voor het vestigings- en leefklimaat. *Vitruvius* 2012(21).

Janssen, J., E. Luiten, H. Renes, J. Rouwendal, O. Faber, C. Pen & E. Stegmeijer (2014), Karakterschetsen: Nationale onderzoeksagenda erfgoed en ruimte. Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed.

Koster, H. (2014), Ruimtelijke ordening en de economische ontwikkeling van steden. *Economische Statistische Berichten*.

Koster, H. & J. Rouwendal (2015), Historic amenities and housing externalities: evidence from the Netherlands. Tinbergen Institute Discussion Paper, TI 2015-023/VIII.

Kotkin, J. (2000), *The new geography: how the digital revolution is reshaping the American landscape*. New York: Random House.

Lambooy, J.G. & F.G. van Oort (2003), *Aglomeratie(s) in evenwicht? Preadvies*.

Lazrak, F. & J. Rouwendal (2013), *Cultureel erfgoed en de waardeontwikkeling van vastgoed*. In: Dommelen, S. van & C. Pen, red., *Cultureel erfgoed op waarde geschat*, pp. 25-29. Den Haag: Platform31.

Lazrak, F., P. Nijkamp, P. Rietveld & J. Rouwendal (2014), *The market value of cultural heritage in urban areas: an application of spatial hedonic pricing*. *Journal of Geographical Systems* 2014(16), pp. 89-114.

Marlet, G., & J. Poort (2005), *Cultuur en creativiteit naar waarde geschat*, SEO-rapport nr. 813.

Marlet, G. & C. van Woerkens (2005), *Tolerance, aesthetics, amenities or jobs? Dutch city attraction to the creative class*. Discussion Paper Series 05-33, Utrecht School of Economics, Universiteit Utrecht.

Marlet, G. & C. van Woerkens (2007), *the Dutch creative class and how it fosters urban employment growth*. *Urban Studies* 44(13), pp. 2605-2626.

Marlet, G. (2009) *De aantrekkelijke stad*. Nijmegen: VOC uitgevers.

Marlet, G., R. Ponds, J. Poort & C. van Woerkens (2015), *De monumentale stad*. in: *Atlas voor Gemeenten 2015*. Nijmegen: VOC Uitgevers.

Nationaal Restauratiefonds (2010), *Investeren in monumenten*. Nijkerk: drukkerij van de Ridder.

Navrud, S., & J. Strand (1992), *The preservation value of Nidaros cathedral. Pricing the European environment*. Oxford: Oxford University Press.

Neuts, B., & P. Nijkamp (2011), *Strangers on the move*. Research Paper. Amsterdam: Department of Spatial Economics, VU University.

Nijkamp, P. (2012), *Economic valuation of cultural heritage*. In: Licciardi, G. & R. Amirtahmasebi, red., *The economics of uniqueness, investing in historic city cores and cultural heritage assets for sustainable development*. Washington: The World Bank.

Noonan, D. (2007), *Finding an impact of preservation policies: price effects of historic landmarks on attached homes in Chicago, 1990–1999*. *Economic Development Quarterly* 21(1), pp. 17–33.

Oort, F. van (2006), *Economische vernieuwing en de stad: kansen en uitdagingen voor stedelijk onderzoek en beleid*. Rotterdam: NAI Uitgevers.

Oort, F. van, J. Oud & O. Raspe (2009), *The urban knowledge economy and employment growth: A spatial structural equation modelling approach*. *The Annals of Regional Science* 43, pp. 859-877.

Oort, F. van & J.R. van Eck (2010), *De economische transformatie van historische binnensteden*. PBL De staat van de ruimte.

Oort, F. van, T. de Graaff, H. Koster, H. Olden & F. van der Wouden (2013), *Ruimte voor de stad als groeimotor. Theoretische verdieping, empirische analyse en duiding van beleidsopties voor woon-werkdynamiek in de Randstad*. ESD2, Universiteit Utrecht.

Polinsky, M. & S. Shavell (1976), Amenities and property values in a model of an urban area. *Journal of Public Economics* 1976(5), pp. 119-129.

Quigley, J.M. & S. Raphael (2005), Regulation and the high cost of housing in California. *American Economic Review* 95(2), pp. 323–328.

Raspe, O. & F. van Oort (2006), The knowledge economy and urban economic growth. *European Planning Studies* 14, pp. 1209-1234.

Rijksoverheid (1999), Nota Belvedere, Beleidsnota over de relatie cultuurhistorie en ruimtelijke inrichting. Den Haag: VNG Uitgeverij.

Rijksoverheid (2009), Beleidsbrief Modernisering Monumentenzorg. Beleidsnota erfgoed 28-09-2009.

Rosen, S. (1974), Hedonic prices and implicit markets: product differentiation in pure competition. *Journal of Political Economy* 1974(82), pp. 34-55.

Ruijgrok, E.C.M. (2006), The three economic values of cultural heritage: a case study in the Netherlands. *Journal of Cultural Heritage* 2006(7), pp. 206-213.

Seiler, M., J. Webb & F. Neil Myer (1999), Diversification issues in real estate investment. *Journal of Real Estate Literature* 7(2), pp. 163-179.

Snowball, J. D. (2008), *Measuring the value of culture: methods and examples in cultural economics*. Berlin: Springer Verlag.

Sommers, P. & D. Carlson (2000), *the new economy in metropolitan Seattle: high tec firm location decisions within the metropolitan landscape*. Washington: Brookings Institution Center on Urban and Metropolitan Affairs.

Vegt, N.H. (2011), *Een monument als kantoorhuisvesting*. Masterthesis Real Estate & Housing, TU Delft.

Wu, J., R.M. Adams & A.J. Plantinga (2004), Amenities in an urban equilibrium model: residential development in Portland, Oregon. *Land Economics, University of Wisconsin Press* 80(1), pp. 19-32.

Yigitcanlar, T., S. Baum & S. Horton (2007), Attracting and retaining knowledge workers in knowledge cities. *Journal of Knowledge Management* 11(5), pp. 6–17.

## 6.1 Sites

Dirks, B. (2015), Monumentale stad bloeit als nooit tevoren. <http://www.volkskrant.nl/binnenland/monumentale-stad-bloeit-als-nooit-tevoren~a4041461/>. Geraadpleegd: 22-07-2015.

Huizemolenaar.nl (2015), Over Huize Molenaar. <http://www.huizemolenaar.nl/over-huize-molenaar.html>. Geraadpleegd: 24-07-2015.

KarelV.nl (2015), Over Karel V: historie. [KarelV.nl/nl/ontdek-karel-v-en-utrecht/over-karel-v---historie/](http://KarelV.nl/nl/ontdek-karel-v-en-utrecht/over-karel-v---historie/). Geraadpleegd: 24-07-2015.

NU.nl (2015), Monumentale steden ontwikkelen zich gunstiger dan andere steden. <http://www.nu.nl/binnenland/4056325/monumentale-steden-ontwikkelen-zich-gunstiger-dan-andere-steden.html>. Geraadpleegd: 22-07-2015.

Velden, E. van der (2015), Amersfoort op 11 in lijst van Atlas voor Gemeenten. <http://www.ad.nl/ad/nl/31848/Amersfoort/article/detail/4040581/2015/05/26/Amersfoort-op-11-in-lijst-van-Atlas-over-gemeenten.dhtml>. Geraadpleegd: 22-07-2015.

## **6.2 Respondenten**

Jansen, H. P. (2015). Adviseur erfgoed. Interview afgenomen op 13-07-2015 te Utrecht.

Langerak, S. (2015). Bedrijfsmakelaar. Interview afgenomen op 23-06-2015 te Utrecht.

Louw, B. (2015). Hoofd Research ASR. Telefonisch interview afgenomen op 20-08-2015 te Utrecht.

Muus, V. (2015). Bedrijfsmakelaar. Interview afgenomen op 29-06-2015 te Utrecht.

Overhagen, F. van (2015). Bedrijfsmakelaar. Interview afgenomen op 22-06-2015 te Utrecht.

Viet, J. de (2015). Programmamanager Gemeente Utrecht. Telefonisch interview afgenomen op 18-08-2015 te Utrecht.

## 7.1 Grootteklasse-indeling

Grootteklasse	Fulltime werkzame personen	
	Van	tot en met
00	Onbekend	
01	Geen	
02	1	1
03	2	4
04	5	9
05	10	19
06	20	49
07	50	99
08	100	199
09	200	499
10	500	799
11	800	999
12	1000 en meer	

(bron: CBS)