

Wijkeconomie en leefbaarheid in Stedenwijk

Een onderzoek naar de bijdrage van bedrijven en ondernemers
aan de leefbaarheid van een wijk in Almere



Wijkeconomie en leefbaarheid in Stedenwijk

Een onderzoek naar de bijdrage van bedrijven en ondernemers
uit Stedenwijk aan de leefbaarheid van een wijk in Almere

Iris Blom (3448681)
Masterthesis Economische Geografie
Faculteit Geowetenschappen, Universiteit Utrecht
Begeleider: Dr. V. Schutjens

Utrecht, november 2010

Inhoudsopgave

| | |
|---|----|
| Lijst van tabellen en figuren..... | 5 |
| Voorwoord..... | 6 |
| Samenvatting | 7 |
| | |
| 1. Inleiding | 9 |
| 1.1 Aanleiding voor het onderzoek | 9 |
| 1.2 Achtergrond van wijkeconomie..... | 10 |
| 1.3 Wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie | 10 |
| 1.4 Probleem- en doelstelling | 11 |
| 1.5 Onderzoeksvragen | 11 |
| 1.6 Afbakening onderzoek | 12 |
| 1.7 Aanpak van het onderzoek..... | 13 |
| 1.8 Leeswijzer | 13 |
| | |
| 2. Wijkeconomie en leefbaarheid: een theoretische context | 15 |
| 2.1 Inleiding | 15 |
| 2.2 De interactie tussen bedrijven en hun omgeving..... | 16 |
| 2.3 Concepten van wijkeconomie en leefbaarheid..... | 18 |
| 2.3.1 Wijkeconomie | 19 |
| 2.3.1.1 Wat is een wijk? | 19 |
| 2.3.1.2 Wat is 'wijkeconomie' volgens de literatuur? | 19 |
| 2.3.1.3 Wat is 'wijkeconomie' volgens experts? | 20 |
| 2.3.1.4 Conclusie..... | 20 |
| 2.3.2 Leefbaarheid | 21 |
| 2.3.2.1 Wat is 'leefbaarheid' volgens de literatuur? | 21 |
| 2.3.2.2 Wat is 'leefbaarheid' volgens experts? | 22 |
| 2.3.2.3 Conclusie..... | 22 |
| 2.4 Bijdrage van lokale bedrijven en ondernemers aan de leefbaarheid..... | 22 |
| 2.5 Kenmerken van bedrijven en ondernemers die de bijdrage van bedrijven en ondernemers aan de lokale leefbaarheid beïnvloeden..... | 24 |
| 2.5.1 De relatie tussen bedrijfskenmerken en lokale leefbaarheid | 24 |
| 2.5.2 De relatie tussen ondernemerskenmerken en lokale leefbaarheid | 25 |
| 2.6 Conclusie..... | 26 |
| 2.7 Conceptueel model en hypothesen..... | 27 |
| | |
| Hoofdstuk 3. Stedenwijk: typering en huidige stand van zaken | 29 |
| 3.1 Leefbaarheid in Stedenwijk | 29 |
| 3.2 Wijkeconomie en werkgelegenheid in Stedenwijk..... | 33 |
| 3.3 Conclusie..... | 34 |
| | |
| Hoofdstuk 4. Onderzoeksmethode | 35 |
| 4.1 Inleiding | 35 |
| 4.2 Kwalitatief onderzoek | 35 |
| 4.3 Kwantitatief empirisch onderzoek | 37 |
| 4.3.1 Onderzoekspopulatie..... | 37 |
| 4.3.2 Onderzoeksvorm | 38 |
| 4.3.3 Operationalisatie | 38 |
| 4.3.4 Aanpak en uitvoering | 41 |
| 4.3.5 Respons | 42 |
| 4.3.6 Representativiteit van de responsgroep | 43 |
| 4.3.7 Gehanteerde analyses | 46 |
| 4.4 Conclusie..... | 46 |
| | |
| Hoofdstuk 5. Stedenwijk: samenhang tussen leefbaarheid en wijkeconomie | 48 |
| 5.1 Inleiding | 48 |

| | |
|---|-----|
| 5.2 De bijdrage van bedrijven en ondernemers aan de leefbaarheid in Stedenwijk | 48 |
| 5.3 Hoe hangen bedrijfskenmerken samen met de lokale leefbaarheid in Stedenwijk? | 51 |
| 5.3.1 Sociaal-economische binding van het bedrijf aan de wijk | 51 |
| 5.3.2 Vestigingsduur van het bedrijf in de wijk | 52 |
| 5.3.3 Investerings in het bedrijfspand | 53 |
| 5.3.4 De sector waarin het bedrijf actief is | 54 |
| 5.3.5 (On)zichtbaarheid van bedrijven uit Stedenwijk..... | 55 |
| 5.3.6 Overige betekenisvolle verbanden | 56 |
| 5.4 Hoe hangen ondernemerskenmerken samen met de lokale leefbaarheid in Stedenwijk?..... | 57 |
| 5.4.1 De woonduur van de ondernemer in de wijk | 58 |
| 5.4.2 De tevredenheid van de ondernemer over de wijk | 58 |
| 5.4.3 Sociale binding van de ondernemer aan de wijk | 59 |
| 5.4.4 Aantal uren werkzaam in Stedenwijk..... | 60 |
| 5.4.5 Houding tegenover samenwerking ter verbetering van de wijk | 61 |
| 5.4.6 Overige betekenisvolle verbanden | 61 |
| 5.5 Hoe belangrijk zijn de afzonderlijke bedrijfs- en ondernemers- kenmerken voor bijdragen aan de lokale leefbaarheid? | 63 |
| 5.5.1 Inleiding..... | 63 |
| 5.5.2 Samenhang tussen bedrijfs- en ondernemerskenmerken en de kans dat een bedrijf dient als voorziening voor de wijk | 63 |
| 5.5.3 Samenhang tussen bedrijfs- en ondernemerskenmerken en de kans dat een bedrijf dient als ontmoetingsplek | 64 |
| 5.5.4 Samenhang tussen bedrijfs- en ondernemerskenmerken en de kans dat een ondernemer actief bijdraagt aan de leefbaarheid | 65 |
| 5.5.5 Samenhang tussen bedrijfs- en ondernemerskenmerken en de kans dat een bedrijf een bijdrage levert aan een levendige wijk..... | 66 |
| 5.6 Conclusie..... | 68 |
| | |
| Hoofdstuk 6. Beïnvloeding van de Stedenwijkse wijk economie: op welke manier en in welke mate? | 70 |
| 6.1 Inleiding | 70 |
| 6.2 Rangorde aanbrengen in de verbanden tussen wijk economie en leefbaarheid in Stedenwijk | 70 |
| 6.3 De keuze van Ymere en haar partners..... | 71 |
| | |
| Hoofdstuk 7. Conclusie, discussie en aanbevelingen..... | 73 |
| 7.1 Conclusie..... | 73 |
| 7.2 Discussie | 74 |
| 7.3 Onderzoeksaanbevelingen | 75 |
| 7.3.1 Interne onderzoeksaanbevelingen | 75 |
| 7.3.2 Aanbevelingen voor toekomstig onderzoek | 76 |
| 7.4 Beleidsaanbevelingen..... | 76 |
| | |
| Literatuurlijst | 79 |
| | |
| Bijlage I: Interviewlijst..... | 84 |
| Bijlage II: Interviewvragen | 85 |
| Bijlage III: Bedrijvenenquête | 86 |
| Bijlage IV: Aankondigingsbrief | 96 |
| Bijlage V: Brief 'niet open gedaan' | 97 |
| Bijlage VI: Flyer met de enquête-uitkomsten | 98 |
| Bijlage VII: Voorwaarden logistische regressiemodel..... | 100 |
| Bijlage VIII: Lijst met benaderde werknemers van Ymere en partners..... | 102 |

Lijst van tabellen en figuren

Figuren:

- Figuur 2.1 Conceptueel model (p.27)
- Figuur 3.1 Overzichtskaart van Almere (p.29)
- Figuur 3.2 Overzichtskaart van Stedenwijk (p.29)
- Figuur 3.3 Leefbaarometer Stedenwijk (p.31)
- Figuur 3.4 Sociale huur Stedenwijk naar corporaties (p.32)

Tabellen:

- Tabel 4.1 Wijkeconomie: bedrijfskenmerken (p.39)
- Tabel 4.2 Wijkeconomie: ondernemerskenmerken (p.40)
- Tabel 4.3 Leefbaarheid: bijdrage door bedrijven en ondernemers (p.41)
- Tabel 4.4 Overzicht (niet) open gedaan tijdens afgeven enquêtes (p.42)
- Tabel 4.5 Verdeling bij de bedrijfsadressen waar open is gedaan (p.43)
- Tabel 4.6 Overzicht respons verdeeld naar (niet) open gedaan (p.43)
- Tabel 4.7 Representativiteit responsgroep naar sector (p.44)
- Tabel 4.8 Representativiteit responsgroep naar het aantal werknemers/partners (p.44)
- Tabel 4.9 Representativiteit responsgroep naar (on)zichtbaarheid (p.45)
- Tabel 5.1 Aandeel klanten uit Stedenwijk (p.48)
- Tabel 5.2 Het bieden van een ontmoetingsplek voor klanten (p.49)
- Tabel 5.3 Actieve bijdrage ondernemers aan de lokale leefbaarheid van Stedenwijk (p.50)
- Tabel 5.4 Actieve bijdrage van ondernemers in Stedenwijk (p.50)
- Tabel 5.5 Aantal klantbezoeken (p.51)
- Tabel 5.6 Sociaal-economische binding en de actieve bijdrage aan leefbaarheid (p.52)
- Tabel 5.7 Vestigingsduur en levendigheid in de wijk (p.53)
- Tabel 5.8 Geïnvesteed in bedrijfspand en levendigheid in de wijk (p.54)
- Tabel 5.9 Sector en voorziening voor de wijk (p.55)
- Tabel 5.10 (On)zichtbaarheid van het bedrijf en ontmoetingsplek voor de wijk (p.56)
- Tabel 5.11 Overzicht overige betekenisvolle verbanden tussen bedrijfskenmerken en de bijdrage van ondernemers en bedrijven aan de leefbaarheid (p.56)
- Tabel 5.12 Woonduur in de wijk en actieve bijdrage aan de leefbaarheid (p.58)
- Tabel 5.13 Binding ondernemer aan de wijk en actieve bijdrage aan de wijk (p.59)
- Tabel 5.14 Tevredenheid over de wijk en de actieve bijdrage aan de leefbaarheid (p.60)
- Tabel 5.15 Binding ondernemer aan de wijk en actieve bijdrage aan de wijk (p.61)
- Tabel 5.16 Houding tegenover samenwerking en actieve bijdrage aan de leefbaarheid (p.61)
- Tabel 5.17 Overzicht overige betekenisvolle verbanden tussen ondernemerskenmerken en de bijdrage van ondernemers en bedrijven aan de leefbaarheid (p.62)
- Tabel 5.18 Samenhang tussen bedrijfs- en ondernemerskenmerken en het percentage lokale klanten uit Stedenwijk (p.64)
- Tabel 5.19 Samenhang tussen bedrijfs- en ondernemerskenmerken en de kans dat een bedrijf dient als ontmoetingsplek voor de wijk (p.65)
- Tabel 5.20 Samenhang tussen bedrijfs- en ondernemerskenmerken en de kans dat een ondernemer actief bijdraagt aan de leefbaarheid (p.66)
- Tabel 5.21 Samenhang tussen bedrijfs- en ondernemerskenmerken op de kans dat een bedrijf zorgt voor levendige bijdrage aan de wijk (p.67)
- Tabel 5.22 Overzicht uitkomsten multipele regressie (p.69)
- Tabel 6.1 Rangorde voor de vier leefbaarheidsindicatoren (p.70)

Voorwoord

Nadat ik in de zomer van 2009 aan de Radboud Universiteit in Nijmegen mijn bachelor Sociale Geografie heb afgerond, ben ik in september 2009 begonnen aan de masteropleiding Economische Geografie aan de Universiteit van Utrecht. Ik heb deze overstap gemaakt omdat ik nieuwsgierig was naar het onderwijs op een andere universiteit en op zoek was naar een nieuwe uitdaging. Deze uitdaging heb ik hier in Utrecht gevonden, zeker ook in het schrijven van een masterthesis.

Voor u ligt mijn masterthesis, geschreven tijdens een afstudeerstage bij woningcorporatie Ymere in Amsterdam. Ymere investeert in zogeheten 'aandachtswijken', wijken waar de leefbaarheid onder druk staat. Door middel van het opzetten van projecten vergroten ze de leefbaarheid in deze wijken. De wijk waar het in dit onderzoek over gaat, Stedenwijk, is zo'n aandachtswijk van Ymere. Eén project dat in Stedenwijk is gestart om de leefbaarheid te vergroten betreft het stimuleren van de wijk economie. De gedachte is dat bedrijven en ondernemers een belangrijke rol spelen bij het vergroten van een leefbare wijk. Als startpunt van het project is besloten om een onderzoek te laten uitvoeren naar de wijk economie, in relatie met de leefbaarheid. Dat onderzoek ligt nu voor u.

Het onderzoek is uitgevoerd in het kader van de afronding van de masteropleiding Economische Geografie aan de Universiteit van Utrecht. De begeleiding van het onderzoek is vanuit de universiteit uitgevoerd door Veronique Schutjens, hiervoor wil ik haar bedanken. Daarnaast wil ik ook Lucy Drost van Ymere bedanken voor haar begeleiding. Verder had ik zonder de Stedenwijkse ondernemers die de enquête hebben ingevuld en de personen die bereid waren tot een interview nooit tot deze thesis kunnen komen. Ook de begeleidingsgroep die rondom het project wijk economie in Stedenwijk is opgezet wil ik bedanken voor hun reflectie en feedback.

Tot slot kan ik zeggen dat ik met veel nieuwe kennis, inzichten en leerervaringen rijker, blij ben dat ik destijds voor een afstudeerstage bij Ymere heb gekozen!

Utrecht, november 2010
Iris Blom

Samenvatting

De leefbaarheid in Stedenwijk staat onder druk. Investeren in leefbaarheid is noodzakelijk om te voorkomen dat Stedenwijk een probleemwijk wordt (Ogier, 2006). Verschillende lokale organisaties, waaronder woningcorporatie Ymere, hebben daarom besloten een integrale wijkaanpak op te stellen, gericht op sociale, fysieke en economische doelen. De ambitie die Ymere wil verwezenlijken is om van Stedenwijk een wijk te maken waar de wijkeconomie en het ondernemerschap kan bloeien, in goede verstandhouding met het wonen, om zo bij te dragen aan de leefbaarheid van Stedenwijk (Gemeente Almere et al., 2009). Met deze ambitie voor ogen heeft Ymere ervoor gekozen het voor u liggende document onder bedrijven en ondernemers te laten uitvoeren naar de wijkeconomie in samenhang met de lokale leefbaarheid. Het doel van het onderzoek is inzichtelijk te maken op welke manier de wijkeconomie kan worden beïnvloed door lokale instanties. Daarbij hoort de volgende onderzoeksvraag:

In hoeverre hangt de wijkeconomie samen met de leefbaarheid in Stedenwijk en op welke manier kan de wijkeconomie van Stedenwijk worden beïnvloed, zodanig dat het de leefbaarheid ten goede komt?

Onder wijkeconomie wordt in dit onderzoek verstaan alle zichtbare en onzichtbare profit activiteiten van ondernemers en hun bedrijven die zijn gevestigd in een bepaalde administratief afgebakende wijk. Voor leefbaarheid wordt de volgende definitie, afgestemd op wijkeconomie, gehanteerd: leefbaarheid gaat over prettig wonen in een wijk, waarbij prettig wonen wordt gemeten aan de hand van vier kenmerken: de aanwezigheid van voorzieningen in de wijk, de aanwezigheid van ontmoetingsplekken in de wijk, de mate van levendigheid in de wijk en de mate van een actieve inzet van betrokkenen aan de leefbaarheid.

Eerdere onderzoeken tonen aan dat bedrijven en ondernemers op verschillende manieren kunnen bijdragen aan de leefbaarheid van een wijk. Niet elk bedrijf en elke ondernemer dragen echter bij aan die leefbaarheid. Dit hangt namelijk af van verschillende bedrijfs- en ondernemerskenmerken. Theoretische bedrijfskenmerken die een rol spelen zijn: vestigingsduur, sociaal-economische binding, sector, investeren in het bedrijfspan en de (on)zichtbaarheid van het bedrijf. Voor de ondernemer is de bijdrage aan de leefbaarheid afhankelijk van de factoren: woontijd in de wijk, tevredenheid over de wijk, sociale binding aan de wijk, aantal uren per week werkzaam in de wijk en de houding tegenover samenwerking met andere Stedenwijkse bedrijven ter verbetering van de wijk. De samenhang tussen deze bedrijfs- en ondernemerskenmerken en de lokale leefbaarheid is empirisch onderzocht aan de hand van 69 ingevulde schriftelijke enquêtes door ondernemers met een bedrijf in Stedenwijk.

De onderzoeksresultaten tonen aan dat bewoners van Stedenwijk blij kunnen zijn met de aanwezigheid van bedrijven in de wijk. Een voorbeeld van een ideaal bedrijf die een positieve bijdrage levert aan de leefbaarheid van Stedenwijk ziet er als volgt uit: het is een in 2002 opgericht gezondheidscentrum met klanten en leveranciers uit Stedenwijk. Daarnaast wordt het pand om de drie jaar opgeknapt en is het door middel van een uithangbord en een grote etalage goed zichtbaar voor voorbijgangers. Een voorbeeld van de ideale ondernemer heeft de volgende eigenschappen: hij of zij is vóór 1999 in Stedenwijk komen wonen, is tevreden over de wijk en waardeert de wijk minimaal met een zeven. De ondernemer werkt meer dan 25 uur per week in de wijk en is ook als bewoner betrokken bij de Stedenwijk.

Voor een maximale effectiviteit en efficiënte inzet van de beschikbare middelen van lokale organisaties zijn op basis van de onderzoeksresultaten en de expertise van acht

medewerkers van deze betrokken organisaties vier kenmerken geselecteerd die het meest effectief zijn om in te investeren:

1. Investerings in bedrijfspannen
2. Zichtbaarheid van bedrijven
3. Sociaal-economische binding van het bedrijf aan de wijk
4. Sociale binding van de ondernemer aan de wijk.

Twee bijpassende beleidsaanbevelingen zijn het investeren in bedrijfspannen door bijvoorbeeld het schilderen van de gevels en het stimuleren van meer zichtbaarheid van bedrijven door het plaatsen van interviews met ondernemers in de lokale wijkkrant.

Kortom, in Stedenwijk zijn genoeg aanknopingspunten gevonden om de lokale leefbaarheid te verbeteren. Zowel door de inzet van de aanwezige bedrijven als ook van de ondernemers is het voor woningcorporaties en andere instanties mogelijk om te voorkomen dat Stedenwijk een probleemwijk wordt.

1. Inleiding

1.1 Aanleiding voor het onderzoek

Het rapport 'Stad en Stijging', geschreven door de raad voor de Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieu (2006), vormde de basis voor een vernieuwde aanpak van wijken in Nederland. Uit dit rapport bleek dat maatschappelijke en economische kansen voor inwoners van wijken worden gemist. Met de nieuwe aanpak wordt er naar gestreefd daar een eind aan te maken en is een nieuw doel gesteld: sociale stijging (Ministerie van VROM, 2007b). Deze nieuwe visie kreeg in 2007 gestalte door het selecteren van 40 aandachtswijken door minister Ella Vogelaar van Wonen, Wijken en Integratie. Aandachtswijken zijn wijken met "problemen rond wonen, werken, leren, integreren en veiligheid" (Ministerie van VROM, 2010a, p.1).

Naast deze 40 wijken, zijn ook andere wijken aangewezen met vergelijkbare problemen. In die wijken staat leefbaarheid ook onder druk en daarom is het belangrijk dat in de verbetering daarvan wordt geïnvesteerd (Ministerie van VROM, 2004). Eén van de wijken die niet tot de 40 aandachtswijken behoort maar waar wel vergelijkbare problemen aanwezig zijn is Stedenwijk, een wijk in Almere. In deze wijk zijn "de laatste jaren steeds meer ruimtelijke, sociale en economische problemen ontstaan" (Gemeente Almere et al., 2007, p.1). Tevens blijkt uit een wijkanalyse over Stedenwijk, gepubliceerd door de afdeling Onderzoek & Statistiek van de gemeente Almere, dat de leefbaarheid in de wijk onder druk staat (Ogier, 2006). Stedenwijk is volgens deze analyse nog geen 'echte' probleemwijk, maar een dalende trend is zichtbaar. Investeren in leefbaarheid is daarom noodzakelijk om te voorkomen dat Stedenwijk een probleemwijk wordt (Ogier, 2006). Mede door deze constatering is door verschillende lokale organisaties in Stedenwijk besloten om een integrale wijkaanpak op te stellen conform de 40 'echte' aandachtswijken. Organisaties zoals de gemeente Almere, woningcorporaties GoedeStede, Ymere en de Alliantie en welzijnsorganisatie de Schoor zijn hierbij betrokken. Het doel van deze integrale wijkaanpak is voorkomen dat Stedenwijk een probleemwijk wordt. Stedenwijk is door Ymere tegelijkertijd geselecteerd als aandachtswijk vanwege het relatief grote aandeel bezit van vastgoed in de wijk. Een verslechterde buurt betekent voor Ymere een lagere klanttevredenheid en een waardedaling van het vastgoed. Daarom is binnen Ymere een aparte afdeling opgericht, de afdeling Taskforce Wijkaanpak, om projecten op te zetten die de leefbaarheid van wijken met relatief veel woningen in hun eigendom moeten bevorderen.

Binnen de integrale wijkaanpak zijn ambities en doelen opgesteld. Deze lopen uiteen van sociale, fysieke en economische projecten. De uit te voeren projecten zijn verdeeld onder de verschillende betrokken partijen. De ambitie die Ymere moet verwezenlijken, is om van Stedenwijk een wijk te maken waar het ondernemerschap en de wijk economie kan bloeien, in goede verstandhouding met het wonen, om zo bij te dragen aan de leefbaarheid van Stedenwijk (Gemeente Almere et al., 2009). Met deze ambitie voor ogen heeft Ymere ervoor gekozen om een studie te laten uitvoeren naar de wijk economie in samenhang met de lokale leefbaarheid. Deze studie is opgesplitst in twee delen, één studie gericht op bedrijven en ondernemers en één studie gericht op wijkbewoners. Deze masterthesis richt zich op de bedrijven en ondernemers van Stedenwijk.

De empirische gegevens zijn verzameld tijdens een afstudeerstage bij woningcorporatie Ymere gedurende de maanden februari tot en met september 2010. De twee studies gericht op bedrijven en haar ondernemers en wijkbewoners dienen als startpunt voor de ambitie om van Stedenwijk een wijk te maken waar de wijk economie kan bloeien en de leefbaarheid positief te stimuleren.

1.2 Achtergrond van wijkeconomie

Voor WOII woonde en werkte men over het algemeen op dezelfde locatie (Ministerie van Economische Zaken, 2010). Zo werd bijvoorbeeld door de vrouwen vanuit huis kleding gemaakt en verkocht. Vanaf de jaren '50 kwam als gevolg van een groeiende mobiliteit een verschuiving op gang en ontstond scheiding van de functies wonen en werken. Economische activiteiten vertrokken naar de randen van steden, gelokaliseerd op bedrijventerreinen, terwijl mensen in de stad bleven wonen. Het beleid binnen de ruimtelijke ordening was gericht op het scheiden van de functies wonen, werken en recreëren.

Een tegenstandster van dit beleid, zoals beschreven in haar boek 'The death and life of great American cities' uit 1961, was Jane Jacobs (Hospers & Lochem, 2003). Zij pleitte voor diversiteit van functies in steden en stelde dat een stad waarin de functies wonen, werken en recreëren naast elkaar bestaan zal leiden tot een vitale, levendige en dynamische economie (Jacobs, 1961). Hierin spelen ondernemers met hun bedrijven volgens haar een belangrijke rol. Zij zorgen voor de benodigde voorzieningen en hun ondernemerschap leidt tot nieuwe diversiteit en creativiteit. In Nederland was pas vanaf de Vierde Nota Ruimtelijke Ordening in 1988 aandacht voor de rol van ondernemers en beleid gericht op functiemenging. Steden worden sinds de jaren '90 weer gezien als bronnen van economische groei waar mensen werken en wonen.

Het huidige wijkenbeleid is gericht op het stimuleren van wijkeconomie en ziet een grote rol voor ondernemerschap (TK, 2008). Het stimuleren hiervan gebeurt vanuit de gedachte dat, naast de economisch toegevoegde waarde die bedrijven leveren, ook op sociaal gebied bedrijven kunnen bijdragen aan een leefbare wijk. Bijvoorbeeld door het zijn van een ontmoetingsplek en het zorgen voor een bepaalde sociale controle. In een brief van de Tweede Kamer wordt gesteld: "Ondernemerschap en bedrijvigheid dragen wezenlijk bij aan de kracht van een wijk. Het creëert nieuwe werkgelegenheid en economische groei. Het draagt bij aan onderlinge solidariteit tussen wijkbewoners en schept nieuwe perspectieven voor individuen. Ook is ondernemerschap goed voor de integratie en arbeidsparticipatie en daarmee de emancipatie van kwetsbare groepen. Verder dragen bedrijven bij aan de leefbaarheid van een wijk door te investeren in hun pand en bedrijfsomgeving (schoon, heel en veilig) en door het leveren van voorzieningen aan bewoners" (TK, 2008, p.2).

Kortom, de afgelopen decennia heeft een verschuiving plaats gevonden van functiemenging naar –scheiding en vervolgens weer naar functiemenging. Beleid van de laatste jaren is gericht op het mengen van wonen, werken en recreëren, om zo een diverse omgeving te creëren die leidt tot een vitale en dynamische wijkeconomie. In deze economie spelen ondernemers een belangrijke rol vanwege de veronderstelde bijdrage die zij leveren aan de omgeving. De bijdrage van bedrijven en ondernemers aan de wijk wordt in dit onderzoek geanalyseerd.

1.3 Wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie

Onderzoek naar wijkeconomie in relatie tot leefbaarheid is wetenschappelijk gezien relevant vanwege het relatief geringe aantal onderzoeken dat op dit gebied is uitgevoerd. Studies met betrekking tot wijken en leefbaarheid richten zich voornamelijk op de sociale en fysieke pijler. De economische pijler met betrekking tot leefbaarheid en woonwijken is in de literatuur onderbelicht (Aalders et al., 2008; Ouwehand & Van Meijeren, 2006; Raspe et al., 2010; VROM-Raad, 2006).

Afgelopen januari 2010 is het rapport 'Bedrijvigheid en leefbaarheid in stedelijke woonwijken' (Raspe et al., 2010) gepubliceerd. Dit is de eerste studie voor Nederland die kwantitatief en landsdekkend onderzoek heeft gedaan naar de relatie tussen wijkeconomie en leefbaarheid in woonwijken. Voorafgaand aan de publicatie van het

rapport zijn verkennende studies gedaan naar de relatie tussen wijkeconomie en leefbaarheid in woonwijken (o.a. Aalders et al., 2008; Ouwehand & van Meijeren, 2006). Deze studies zijn gericht op specifieke wijken. Ook dit onderzoek stelt één wijk centraal, namelijk Stedenwijk in Almere. Hiermee wordt bijgedragen aan onderzoek naar de economie in wijken. Naast deze bijdrage is in Stedenwijk ook nog niet eerder onderzoek gedaan naar de relatie tussen wijkeconomie en leefbaarheid. Hierdoor draagt het onderzoek ook bij aan meer kennis tussen de relatie wijkeconomie en leefbaarheid in Stedenwijk.

Maatschappelijk gezien is het onderzoek relevant voor organisaties die actief zijn in Stedenwijk. Aan de hand van deze studie komt meer kennis beschikbaar over de samenhang tussen wijkeconomie en leefbaarheid in Stedenwijk, waarmee lokale instanties de wijkeconomie zo kunnen beïnvloeden dat dit bijdraagt aan de leefbaarheid in deze wijk. Immers, wanneer bekend is welke kenmerken van wijkeconomie samenhangen met de lokale leefbaarheid, kunnen instanties door middel van beleid daarop inspelen. Daarnaast kunnen de bevindingen van de studie ook een startpunt zijn voor instanties in andere wijken en steden die actief bezig zijn binnen het thema wijkeconomie en uiteindelijk ook als doel hebben de leefbaarheid in woonwijken te verbeteren. Voorbeelden van instanties die in wijken actief zijn welzijnsorganisaties, woningcorporaties, de Kamer van Koophandel en gemeenten.

1.4 Probleem- en doelstelling

In dit onderzoek wordt getracht inzicht te krijgen in de relatie tussen wijkeconomie en leefbaarheid in Stedenwijk. Het probleem is dat onbekendheid bestaat over de relatie tussen lokale leefbaarheid en wijkeconomie, zeker ook in Stedenwijk. Vervolgens is het de vraag in hoeverre lokale instanties de samenhang tussen wijkeconomie en lokale leefbaarheid kunnen beïnvloeden.

De doelstelling van het onderzoek is als volgt:

- Het doel van het onderzoek is te achterhalen in hoeverre de leefbaarheid in Stedenwijk samenhangt met de wijkeconomie, en zo ja, op welke manier de wijkeconomie kan worden beïnvloed door lokale instanties.
 - Hiervoor is het nodig om:
 - inzicht te krijgen in de relatie tussen de wijkeconomie en de leefbaarheid in Stedenwijk.
 - inzicht te krijgen in de mate waarin en manier waarop lokale instanties de wijkeconomie kunnen beïnvloeden om de lokale leefbaarheid te bevorderen.

1.5 Onderzoeksvragen

Uit de probleem- en doelstelling kan de volgende centrale vraag worden afgeleid:

In hoeverre hangt de wijkeconomie samen met de leefbaarheid in Stedenwijk en op welke manier kan de wijkeconomie van Stedenwijk worden beïnvloed, zodanig dat het de leefbaarheid ten goede komt?

Aan de hand van de volgende deelvragen wordt een antwoord gegeven op de centrale vraag:

1. Wat houden de begrippen wijkeconomie en leefbaarheid in volgens de literatuur?
2. Wat houden de begrippen wijkeconomie en leefbaarheid in volgens experts?
3. In hoeverre hangt wijkeconomie samen met leefbaarheid volgens de literatuur?
4. Hoe kan Stedenwijk worden getypeerd en wat is de huidige stand van zaken in Stedenwijk met betrekking tot wijkeconomie en leefbaarheid, in de context van de gemeente Almere?
5. In hoeverre hangt de wijkeconomie samen met de lokale leefbaarheid in Stedenwijk?
6. Op welke manier en in welke mate kan de wijkeconomie van Stedenwijk worden beïnvloed, zodanig dat het de lokale leefbaarheid ten goede komt?

De eerste vier deelvragen worden beantwoord door middel van een literatuurstudie in hoofdstuk 2 en 3. Deelvragen 5 en 6 worden aan de hand van empirisch onderzoek beantwoord in hoofdstukken 5 en 6.

1.6 Afbakening onderzoek

In deze paragraaf worden de begrippen wijkeconomie en leefbaarheid, het onderzoeksgebied en onderzoeksobject gedefinieerd. Voor de definiëring van de begrippen wijkeconomie en leefbaarheid is gebruik gemaakt van literatuur en van interviews met experts. Onderstaand wordt een korte verkenning van de begrippen gegeven.

Wat is 'wijkeconomie'?

De literatuur is niet eenduidig in het formuleren van een definitie van het begrip wijkeconomie. Definities lopen uiteen van zeer smal naar breed en van gebiedsgerichte initiatieven om de economie te stimuleren naar persoongerichte initiatieven die de economische positie van bewoners versterken (Aalders et al., 2008; Geerdes & Van Dijken, 2008; Hagens et al., 2009; Ouwehand & Van Meijeren, 2006). Hierdoor is gekozen voor het ontwikkelen van een definitie die werkbaar is voor dit onderzoek. Naast het bestuderen van de literatuur is ook gekozen voor het afnemen van korte interviews met experts om naast de visies van wetenschappers ook inzicht te krijgen in de meningen van experts die in de praktijk met wijkeconomie en leefbaarheid te maken hebben. Dit is van belang omdat de onderzoeksresultaten zo meer toepasbaar zijn voor het opstellen en uitvoeren van beleid. Tijdens de interviews is de experts gevraagd naar hun ideeën over de definiëring van het begrip. Het bleek dat de experts redelijk eensgezind waren over het feit dat een definitie van wijkeconomie smal gehouden moet worden. Door de combinatie van literatuur en interviews is tot de volgende smalle werkbare definitie van het begrip wijkeconomie gekomen: 'Wijkeconomie betreft alle zichtbare en onzichtbare profit activiteiten van ondernemers en hun bedrijven die gevestigd zijn in een bepaalde administratief afgebakende wijk'. In hoofdstuk 2 wordt uitgebreid de bestudering van de literatuur en de meningen van experts beschreven.

Wat is 'leefbaarheid'?

De interpretatie van het begrip leefbaarheid is sterk afhankelijk van de normen en waarden waarop een buurt, wijk of omgeving wordt beoordeeld. Het begrip heeft dus een sterke subjectieve lading. Ondanks de subjectiviteit die in het begrip ligt, kan toch, op basis van literatuur en interviews met experts, een heldere definitie in de context van wijkeconomie worden geformuleerd: 'Leefbaarheid gaat over prettig wonen in een wijk, waarbij prettig wonen wordt gemeten aan de hand van vier kenmerken: de aanwezigheid van voorzieningen in de wijk, de aanwezigheid van ontmoetingsplekken in de wijk, de mate van levendigheid in de wijk en de mate van een actieve inzet van betrokkenen aan

de leefbaarheid'. In hoofdstuk 2 wordt bekeken in hoeverre de literatuur en de mening van experts hierover overeenkomt.

Onderzoeksgebied en -object

Binnen de wijk Stedenwijk bestaat een onofficiële verdeling van Stedenwijk Noord, Midden en Zuid. Dit heeft te maken met de fysieke indeling van het gebied en met de drie woningcorporaties in Stedenwijk die zich respectievelijk in Noord, Midden en Zuid Stedenwijk bevinden (zie figuur 3.3). Het onderzoeksgebied is Stedenwijk-Noord en -Midden in Almere. Stedenwijk-Zuid wordt niet meegenomen in dit onderzoek omdat de woningcorporatie niet wilde meewerken aan het onderzoek.

De onderzoeksobjecten zijn de lokale bedrijven en hun ondernemers binnen Stedenwijk-Noord en -Midden. Lokale bedrijven zijn organisaties gericht op het maken van winst door middel van het produceren of verhandelen van producten of diensten. Ondernemers worden in dit onderzoek als volgt gedefinieerd: "alle personen of instellingen in de wijk, behorend tot het MKB, die staan ingeschreven bij de Kamer van Koophandel, met uitzondering van rechtspersonen (i.e. verenigingen, stichtingen etc.)" (Moolenaar, 2010).

1.7 Aanpak van het onderzoek

In dit onderzoek wordt voornamelijk gebruik gemaakt van kwantitatieve onderzoeksmethoden en in mindere mate van kwalitatieve onderzoeksmethoden. Onderstaand wordt een korte beschrijving van de methoden gegeven. In hoofdstuk 4 worden de verschillende methoden verder toegelicht.

Om inzicht te krijgen in wijk economie, leefbaarheid en de relatie tussen wijk economie en leefbaarheid, wordt gestart met een literatuurstudie. Het doel hiervan is de relatie tussen leefbaarheid en wijk economie te beschrijven. Daarnaast wordt nagegaan welke kennis beschikbaar is met betrekking tot de begrippen wijk economie en leefbaarheid. Parallel aan de literatuurstudie wordt gestart met korte verkennende interviews onder experts. Het doel van deze interviews is helder te krijgen wat er onder de begrippen wijk economie en leefbaarheid wordt verstaan. De toegevoegde waarde hiervan is dat op die manier gebruik kan worden gemaakt van de expertise van ervaringsdeskundigen op het gebied van wijk economie en lokale leefbaarheid.

Na de literatuurstudie en verkennende interviews, wordt gestart met het enquêteren van lokale bedrijven in Stedenwijk, dit vormt het grootste empirisch gedeelte van het onderzoek. Met de uitkomsten van de enquêtes, worden statistische analyses uitgevoerd. Hierdoor wordt de samenhang tussen de wijk economie en leefbaarheid van Stedenwijk duidelijk. Tot slot wordt gekeken welke vorm van bijdrage aan de lokale leefbaarheid door bedrijven en ondernemers het belangrijkste is voor Ymere en haar partners. Hiermee wordt duidelijk op welke manier het meest efficiënt en effectief kan worden geïnvesteerd in de wijk economie van Stedenwijk, zodat het de lokale leefbaarheid ten goede komt.

1.8 Leeswijzer

Hoofdstuk twee is het theoretisch kader waarin de relatie tussen wijk economie en leefbaarheid wordt beschreven. Hier wordt gezocht naar verklaringen voor de bijdragen die bedrijven en ondernemers leveren aan leefbaarheid van een wijk. Hoofdstuk drie geeft een overzicht van de typering en huidige stand van zaken in Stedenwijk met betrekking tot wijk economie en leefbaarheid, in de context van gemeente Almere. Vervolgens beschrijft en verantwoordt hoofdstuk vier de gebruikte kwalitatieve en

kwantitatieve onderzoeksmethoden. In hoofdstuk vijf wordt duidelijk in hoeverre de wijkeconomie van Stedenwijk samenhangt met de leefbaarheid van Stedenwijk. Hoofdstuk 6 gaat in op welke manier en in welke mate de wijkeconomie van Stedenwijk kan worden beïnvloed, zodanig dat het de lokale leefbaarheid ten goede komt. Vervolgens volgen de conclusies, discussie en aanbevelingen in hoofdstuk zeven. Hier wordt antwoord gegeven op de centrale vraag.

2. Wijkeconomie en leefbaarheid: een theoretische context

2.1 Inleiding

De relatie tussen wijkeconomie en leefbaarheid is tweezijdig. Aan de ene kant kan een leefbare wijk van belang zijn voor een bedrijf. Zo heeft bijvoorbeeld een bedrijf dat zichtbaar is voor voorbijgangers, dat afhankelijk is van lokale afzet, veel belang bij een kwalitatief goede omgeving. Ook de sector waarin een bedrijf actief is, is bepalend voor de mate waarin leefbaarheid belangrijk is. De detailhandel en horecasector hebben meer belang bij een leefbare wijk dan bijvoorbeeld de sector zakelijke dienstverlening. Verschillende typen bedrijven hebben dus een verschillend economisch belang bij de leefbaarheid van een wijk. Aan de andere kant is wijkeconomie ook van belang voor een leefbare wijk. Zonder economie in een wijk blijven innovatie, dynamiek en diversiteit achter. Deze masterthesis legt de focus op de invloed die wijkeconomie heeft op de lokale leefbaarheid en niet de omgekeerde relatie.

Uit onderzoek blijkt dat de wijkeconomie een grote invloed heeft op de economische dynamiek, de groei en het innovatievermogen van de wijk (Audretsch & Fritsch, 2002; Stam, 2009; Wennekers & Thurik, 1999). Maar hoe zit dat met de invloed van de wijkeconomie op de leefbaarheid? Schutjens & Steenbeek (2010) halen in hun empirische studie onder 385 ondernemers een aantal onderzoeken aan (o.a. Jahoda, 1933; Wilson, 1997; Van Dam 1995) waarmee ze laten zien dat bij de afwezigheid van ondernemers, de wijken een negatieve ontwikkeling zouden doormaken op het gebied van werkloosheid en toenemende armoede. Naast een economisch belang, wordt verondersteld dat wijkeconomie ook een positieve relatie heeft met leefbaarheid. Dit is echter een veronderstelling waar onder wetenschappers geen eenduidigheid over bestaat (Raspe et al., 2010). Zo stelt Aalders et al. (2008) in een studie naar de wijkeconomie van drie Amsterdamse Krachtwijken dat bedrijven zorgen voor werkgelegenheid, de buurt opknappen door te investeren in hun pand, voorzieningen leveren aan de buurtbewoners en actief bijdragen door bijvoorbeeld wijkactiviteiten te organiseren of klachten te melden bij lokale autoriteiten. Bulterman (2008) staat in zijn empirisch onderzoek naar de wijkeconomie in drie Rotterdamse wijken echter sceptischer tegenover de gedachte dat wijkeconomie de leefbaarheid bevordert. Bulterman geeft aan dat de veronderstelling gebaseerd is op een logische gedachte maar dat het tegelijkertijd ook een romantische gedachte is dat de ondernemer betrokken is bij de wijk. Immers, het belangrijkste voor een ondernemer zal altijd de continuïteit van zijn/haar bedrijf zijn. Raspe et al. (2010) sluiten zich hierbij aan. Bedrijven kunnen namelijk ook een negatieve impact op de leefbaarheid hebben doordat ze voor overlast zorgen in de vorm van vervuiling en/of drukte. Consensus over de relatie tussen wijkeconomie en leefbaarheid is er in ieder geval nog niet. Dit komt onder andere doordat, volgens Van den Berge (2009), het belang van bedrijven voor een wijk in relatie met leefbaarheid een onderwerp is wat zeer beperkt is onderzocht. Slechts één kwantitatief onderzoek op landsdekkend niveau is beschikbaar over de relatie tussen wijkeconomie en leefbaarheid (Raspe et al., 2010). Daarnaast zijn verkennende studies uitgevoerd.

In dit theoretisch kader wordt de relatie tussen wijkeconomie en leefbaarheid verder geanalyseerd. Daarbij wordt gezocht naar verklaringen voor de effecten die bedrijven en ondernemers hebben op de lokale leefbaarheid. Allereerst wordt vanaf een hoger analytisch niveau naar de interactie tussen bedrijven en hun omgeving gekeken (paragraaf 2.2). Vervolgens worden in paragraaf 2.3 de concepten van wijkeconomie en leefbaarheid beschreven. De input hiervoor komt van zowel de literatuur als korte interviews met experts. In paragraaf 2.4 worden vier vormen van bijdragen die bedrijven en ondernemers kunnen leveren aan lokale leefbaarheid beschreven. Vervolgens wordt

bestudeerd welke kenmerken van bedrijven en ondernemers een relatie vertonen met leefbaarheid (zie paragraaf 2.5). In paragraaf 2.6 wordt een conclusie gegeven en in paragraaf 2.7 wordt het conceptueel model en hypothesen weergegeven.

2.2 De interactie tussen bedrijven en hun omgeving

Het economische systeem, en daarmee het handelen van ondernemers, is aan continue veranderingen onderhevig. Bedrijven moeten zich voorturend aan de omgeving aanpassen om te overleven. Hierdoor wijzigt ook de manier waarop binnen de economische geografie naar het handelen van ondernemers wordt gekeken. In de afgelopen decennia zijn daarom verschillende stromingen binnen de economische geografie ontwikkeld die de interactie tussen bedrijven en hun omgeving proberen te verklaren.

Tot de jaren '60 bekijken wetenschappers het ruimtelijk handelen van de ondernemer en bedrijven vanuit de (neo)klassieke benadering (Atzema et al., 2002). Uitgangspunten van deze benadering zijn dat bedrijven zeer efficiënt zijn ingericht en keuzes worden gemaakt op basis van volledige informatie. Het ruimtelijk handelen van bedrijven is volgens deze theorie altijd gebaseerd op kostenminimalisatie en winstmaximalisatie (Boschma et al., 2002). De kritiek hierop is dat men nooit volledig kan zijn geïnformeerd en dat beslissingen nooit volledig rationeel kunnen worden genomen. Als reactie op deze theorie doet de behaviorale theorie zijn intrede (Atzema et al., 2002). Deze theorie gaat er vanuit dat bedrijven besluiten nemen op basis van onvolledige informatie en beperkte rationaliteit. Dit houdt in dat handelingen worden uitgevoerd op basis van subjectieve percepties. Na de behaviorale theorie ontspringen de institutionele - en evolutionaire economische geografie (Van Nood, 2010). Deze theorieën zoeken meer naar verklaringen over het handelen van bedrijven in de ruimte, iets wat bij de vorige benaderingen ontbreekt. Deze twee theorieën zijn ingebed in de relationele economische geografie, die hieronder verder wordt uitgewerkt.

Gestimuleerd door de onbeperkte mogelijkheden die informatietechnologie levert op het gebied van het verzamelen en delen van informatie, worden individuen en netwerken steeds belangrijker. Zo is een duidelijke verschuiving te zien in de manier waarop bedrijven zich organiseren en beslissingen nemen. In plaats van top-down beslissingen op basis van informatie vanuit het bedrijf, wordt kennis uit netwerken gebruikt om beslissingen te nemen (Atzema, 2009). Het netwerkbedrijf Google maakt bijvoorbeeld gebruik van online groepen om problemen tijdig te signaleren en op te lossen.

De fysieke condities van de omgeving van bedrijven worden minder belangrijk (Atzema, 2009). Evenals de mate waarop de omgeving bepalend is voor het bedrijf. Belangrijker worden echter de netwerken en relaties die aanwezig zijn in een omgeving en hoe bedrijven hiervan gebruik kunnen maken. Deze nieuwe manier van denken wordt de *relational turn* genoemd (Boggs & Rantisi, 2003). Binnen de relationele theorie komen de behaviorale, institutionele en evolutionaire theorie samen, met die verstandhouding dat netwerken de processen tussen de omgeving met zijn instituties en de bedrijven verklaren. De nadruk wordt daarmee meer gelegd op de wisselwerking tussen het bedrijf en de omgeving in plaats van de eenzijdige invloed van de omgeving op het bedrijf.

Binnen de relationele economische geografie zijn *agencies*, ofwel actoren, het uitgangspunt, in plaats van *structure*, de omgeving/handelingsruimte van de actoren (Bathelt & Glückler, 2003; Boggs & Rantisi, 2003; Dicken & Malmberg, 2001). Bedrijven en individuen binnen bedrijven worden in deze theorie op microniveau bestudeerd om een beter inzicht te krijgen in het ruimtelijk handelen van die bedrijven (Boggs & Rantisi, 2003). Hierdoor kan een goed beeld gevormd worden van de daadwerkelijke overwegingen van de actoren. Boggs & Rantisi (2003) hebben kritiek op een bestudering

van de interactie tussen bedrijven en hun omgeving op macroniveau omdat de *structure* vaak te generaliserend, statisch en universeel is. Veel bedrijven hebben namelijk met een soortgelijke omgeving te maken, bijvoorbeeld door regels en verkoopkanalen. Bestudering van de interactie tussen bedrijven en hun omgeving op microniveau is dus noodzakelijk omdat het handelen van individuele bedrijven niet gelijk is aan elkaar (Maksell, 2001).

Zoals hierboven beschreven zijn bedrijven steeds meer afhankelijk van netwerken en bepalen deze in steeds groter wordende mate het handelen van bedrijven. Een netwerk is daarbij "een leidende machtsstructuur en een proces van socialisatie waardoor verschillende actoren (bedrijven) zijn verbonden in een samenhangende manier voor gemeenschappelijke voordelen" (Yeung, 2000, p.302). Bedrijven bouwen dus relaties op met andere actoren en hierdoor ontstaan netwerken. Deze netwerken verklaren deels het ruimtelijk gedrag van bedrijven doordat bedrijven sociaal verankerd raken in de omgeving (Granovetter, 1985; Yeung, 2005). Deze sociale verankering is binnen bedrijven terug te vinden in relaties met betrokkenen bij het bedrijf zoals werknemers, leveranciers en klanten en heeft dus invloed op het ruimtelijk gedrag van bedrijven doordat ze beperkt zijn in hun handelen vanwege de netwerkrelaties. Kortom, waar de binding met de fysieke omgeving een minder grote rol speelt, spelen de netwerkrelaties echter een steeds grotere rol bij het handelen van bedrijven.

De wisselwerking tussen bedrijf en omgeving, zoals deze gezien wordt binnen de relationele theorie, wordt door Yeung (2000) goed beschreven. Yeung geeft aan dat bedrijven handelen binnen hun omgeving met een zekere beperking. Deze beperking wordt opgelegd door de *structure* die bestaat uit instituties. Instituties zijn wettelijke regels en sociale normen en waarden (Van Nood, 2010). Deze instituties zorgen voor regels en routines die beperkingen opleggen. Instituties vormen als het ware de spelregels voor het bedrijf waarbij sterke institutionele aanwezigheid (*institutional thickness*) in een gebied ervoor kan zorgen dat bedrijven verankerd raken in dat gebied (Yeung, 2000). Door de samenwerking tussen overheden en bedrijven kan kennis over bijvoorbeeld de aanvraag van subsidies en het doen van belastingaangiften, zich eenvoudig verspreiden (Amin, 1999). Hierdoor kan de ondernemer zich meer richten op andere bedrijfsactiviteiten. Echter, een te sterke institutionele omgeving kan ook een remmende werking hebben op de groei van bedrijven (Yeung, 2000). In dat geval zijn ondernemers te veel tijd kwijt met de institutionele omgeving waardoor hij/zij niet voldoende toekomt aan andere activiteiten. Uit onderzoek van Vaessen (1993) blijkt dat instituties vooral voor kleine en middelgrote bedrijven bepalend zijn. Hij heeft empirisch onderzoek gedaan naar de manier waarop kleine en middelgrote bedrijven reageren op de mogelijkheden en beperkingen van hun omgeving en daarbij zijn vier soorten interacties tussen bedrijf en omgeving onderscheiden. Allereerst kunnen bedrijven hun omgeving beïnvloeden, en daarmee indirect de spelregels veranderen. Ten tweede kunnen bedrijven zichzelf immuun maken voor negatieve aspecten van de omgeving. Dit houdt in dat bedrijven in actie komen tegen de beperkingen van de omgeving zodat ze niet meer te maken hebben met de beperkingen. Ten derde kunnen bedrijven zich aanpassen aan de beperkingen van de omgeving en ten vierde kunnen bedrijven ook profiteren van hun omgeving door lokale hulpbronnen te benutten. Bijvoorbeeld door gebruik te maken van de lokale arbeidsmarkt om werknemers in dienst te nemen. Wanneer bedrijven weerstand moeten bieden tegen de beperkingen in perifere gebieden, kan dit gunstig zijn voor het bedrijf. De kosten die gemaakt moeten worden om de beperkingen weg te nemen kunnen namelijk te niet worden gedaan omdat de voordelen de gemaakte kosten overstijgen (Vaessen, 1993; Vaessen & Wever; 1993). Een voordeel is bijvoorbeeld het actief blijven zoeken naar nieuwe hulpbronnen. Hierdoor hebben ondernemers een goed beeld van de markt, wat wellicht zinvol is bij de bedrijfsvoering. Groei van bedrijven is dus mogelijk onder verschillende omgevingskenmerken, als de ondernemer hier maar op de juiste manier mee om gaat (Vaessen & Keeble, 1995). Deze conclusie wordt gedeeld door Johnstone en Lionais (2004). Zij hebben een onderzoek

gedaan naar ondernemerschap in gemeenschappen met een stagnerende economie. Hun conclusie is dat traditioneel ondernemerschap in een economisch stagnerende omgeving beperkt wordt. Echter, zulke omgevingen kunnen wel als gastheer dienen voor ondernemers die bedrijfspraktijken met gemeenschapsdoelen wil combineren, de zogeheten *community business entrepreneurs*. Deze ondernemers zetten zich naast hun bedrijf ook in voor de gemeenschap. Kenmerken van deze ondernemers zijn allereerst dat ze niet als doel hebben hoge winsten te behalen en ten tweede dat ze veel steun van de lokale bevolking hebben omdat ze zich sterk inzetten voor de gemeenschap. Dit heeft als voordeel dat de lokale bevolking vaak behulpzaam is bij het voorzien in financiële hulpbronnen, het aanbieden van hun hulp in de vorm van vrijwilligerswerk en in de vorm van loyaliteit aan het bedrijf. Een andere studie van Kilkenny et al. (1999) gaat over bedrijven en hun lokale gemeenschappen die elkaar een wederdienst bewijzen, het 'geven en nemen'. Wanneer een ondernemer een actieve bijdrage levert aan de wijk zal de gemeenschap deze dienst positief beantwoorden door het ondersteunen van het bedrijf. Dit kan door een loyale klant te zijn of door het lenen van financiële middelen. Het zakelijk succes van bedrijven kan daarbij worden verklaard door deze wederdiensten.

Twee theorieën zijn beschikbaar die een verklaring geven voor de reden waarom ondernemers zich inzetten voor de gemeenschap (Schutjens & Steenbeek, 2010). Ten eerste uit eigenbelang en ten tweede als gevolg van groepsdruk. De eerste reden, gebaseerd op de rationele keuze theorie, beschrijft het handelen van individuen en gaat er van uit dat elk individu de meest gunstige optie voor zichzelf kiest. Met andere woorden, mensen handelen uit eigenbelang (Elchardus, 2007). Wanneer een individu handelt uit eigenbelang, zet diegene zich op dat moment niet in voor collectieve doelen en/of - goederen. Collectieve goederen zijn: "goederen die voor elk lid van de gemeenschap zijn bestemd" (Elchardus, 2007, p.53). Individuen handelen over het algemeen uit eigenbelang wanneer de groep of gemeenschap, waarvoor de collectieve goederen zijn bedoeld, groot is. Hier kan men namelijk van het collectief gebruik maken zonder zich daar voor in te zetten. Dit heet ook wel het freerider effect. Het freerider effect houdt in dat: "het niet rationeel is om als lid van een grote groep bij te dragen aan de productie van een collectief goed als er geen particuliere baten voor participatie aanwezig zijn" (Lindenberg, 1994, p. 119). Wanneer de groep of gemeenschap klein is, zal een individu zich eerder inzetten voor het collectief. Dit komt doordat het collectief in het gedrang kan komen wanneer het individu zich er niet voor inzet. De tweede verklaring voor de inzet in de lokale gemeenschap komt van Granovetter (1985). Granovetter verklaart de inzet door ondernemers voor de lokale samenleving door de sociale druk die vanuit de samenleving ontstaat. Ondernemers voelen die sociale druk en gaan daardoor investeren in de gemeenschap omdat het van hen verwacht wordt (Kilkenny et al., 1999).

2.3 Concepten van wijk economie en leefbaarheid

Wijk economie en leefbaarheid zijn twee brede begrippen. In de context van het onderzoek is het van belang dat een duidelijke definitie wordt gegeven van beide concepten. In deze paragraaf worden achtereenvolgens wijk economie en leefbaarheid beschreven. Per begrip wordt een overzicht gegeven van de verschillende definities binnen de literatuur en wordt beschreven wat experts onder de begrippen verstaan. Uiteindelijk wordt in deze paragraaf voor elk begrip een definitie gegeven waarmee in dit onderzoek wordt verder gewerkt.

Door middel van verkennende interviews (zie bijlage II voor de interviewopzet) zijn de opvattingen over wijk economie en leefbaarheid van zeven experts achterhaald. Hiervoor zijn medewerkers van woningcorporatie Ymere, gemeente Almere, Kamer van Koophandel en Planbureau voor de Leefomgeving geïnterviewd (zie lijst met

geïnterviewde personen in bijlage I). In paragraaf 4.2 wordt de aanpak en uitvoering van deze interviews uitgebreider beschreven. Doordat het aantal afgenomen interviews beperkt is, worden op basis van de uitkomsten geen eindconclusies getrokken. Het dient vooral ter ondersteuning van de begripsbepaling. Daarom is er voor gekozen de uitkomsten van de interviews in dit hoofdstuk weer te geven.

2.3.1 Wijkeconomie

Wanneer naar de betekenis van wijkeconomie wordt gevraagd, worden vaak als eerst de winkels in een wijk genoemd. Dit is geen vreemde gedachte omdat winkels in de wijk direct zichtbaar zijn voor mensen. Maar wijkeconomie bestaat uit meer dan alleen zichtbare bedrijven. Onder wijkeconomie vallen bijvoorbeeld ook webdesigners die vanuit huis werken. Deze ondernemers zijn onzichtbaar voor wijkbewoners maar worden in dit onderzoek wel tot de wijkeconomie gerekend omdat tot wijkeconomie alle bedrijven in een wijk worden gerekend. In dit onderzoek worden nog een aantal keuzes gemaakt met betrekking tot de definiëring van wijkeconomie. Deze keuzes worden in deze deelparagraaf toegelicht. Hiervoor wordt eerst kort stil gestaan bij de betekenis van een wijk. Immers, het afbakenen van het begrip wijkeconomie gaat niet zonder een betekenis van een wijk te hebben.

2.3.1.1 Wat is een wijk?

In een wijk maken bewoners een praatje met hun burens, passen op elkaars kinderen en organiseren activiteiten voor de wijk. Een wijk is een typische plek waar sociale contacten en netwerken ontstaan en bijeenkomen (Ouwehand & Van Meijeren, 2006). Ook in ruimtelijk opzicht is de wijk belangrijk. De wijk heeft een openbare ruimte waaronder speeltuinen, aanwezigheid van groen en fietspaden vallen. Daarnaast biedt de wijk ook mogelijkheden om in de behoeften van de bewoner te kunnen voorzien, de zogeheten wijkvoorzieningen (Ouwehand & Van Meijeren, 2006). Als laatste is een wijk ook een plek waar bewoners zich mee kunnen identificeren.

Grofweg bestaan twee wijzen om een 'wijk' te definiëren. Ten eerste is de afbakening van een wijk een gevoelskwestie (Aalders et al., 2008; Ter Beek et al., 2005; WRR, 2005). Beleidsmakers pleiten voor deze sociale benadering van een wijk. Daarmee wordt het meest rekening gehouden met de beleving van de wijk door haar bewoners en ondernemers. Ten tweede kan een wijk administratief worden afgebakend door de (gemeentelijke) overheid (Aalders et al., 2008; Ter Beek et al., 2005; WRR, 2005). In dit onderzoek wordt uitgegaan van de administratieve afbakening van de wijk. Deze keuze is genomen omdat de wijk in dit onderzoek alleen als onderzoeksgebied wordt gebruikt, en het niet gaat om de beleving van de wijk door bewoners en ondernemers.

2.3.1.2 Wat is 'wijkeconomie' volgens de literatuur?

Uit diverse studies over wijkeconomie blijkt dat het begrip niet eenduidig is te definiëren. Wat ten eerste opvalt, is dat de definities vaak uiteenlopen in breedte (Geerdes & Van Dijken, 2008). Een definitie kan smal worden gehouden, bijvoorbeeld alleen de economische activiteiten van het bedrijfsleven (Aalders et al., 2008) of alle bedrijvigheid en werkgelegenheid in woonwijken (Hagens et al., 2009). Een stap breder worden ook non-profit organisaties tot de wijkeconomie gerekend. Non-profit organisaties dragen bij aan de wijk doordat ze investeren in de wijk en werkgelegenheid creëren (Bulterman, 2006). Nog breder worden ook bewoners als consumenten meegenomen binnen wijkeconomie. In de meest ruime zin van het woord heeft wijkeconomie ook te maken met leefbaarheid. Binnen de wijk zijn immers het bedrijfsleven, non-profit organisaties en bewoners als consumenten deels verantwoordelijk voor een leefbare wijk (Aalders et al., 2008). Een nadeel van deze brede definitie is dat het beleid over wijkeconomie en leefbaarheid dan gelijk is aan elkaar. Leefbaarheid is dan immers onderdeel van wijkeconomie.

Ten tweede valt op dat een groot aantal definities betrekking hebben op bepaalde initiatieven die worden ondernomen om ofwel de economische positie van wijken ofwel de economische positie van bewoners te verbeteren. Bij de economische positie van een wijk is het doel het behoud en aantrekken van bedrijven en bij de economische positie van bewoners gaat het om het rond- en vooruitkomen (Ouweland & Van Meijeren, 2006).

2.3.1.3 Wat is 'wijk economie' volgens experts?

De definitie van het begrip wijk economie wordt door de geïnterviewde experts smal gehouden. Wijk economie gaat volgens hen hoofdzakelijk over lokale bedrijven en ondernemers en in mindere mate over de werkgelegenheid in de wijk. De experts vinden dat werkgelegenheid slechts een resultaat is van de aanwezigheid van lokale bedrijven in de wijk die arbeidsplaatsen creëren. Hiermee wordt echter niet het belang van banen in een wijk voor bewoners onderschat. Een baan zorgt voor geld en voor sociale ontwikkeling doordat bewoners leerervaringen en contacten opdoen. Vervolgens benadrukken de geïnterviewde experts ook dat wijk economie niet alleen om de zichtbare economie gaat zoals winkels, maar dat het ook gaat om de onzichtbare economie in een wijk. Zoals Sander Vermeer benadrukt: "Het gaat bij wijk economie niet alleen om wat je ziet, dat zijn de winkels in puin en plinten. Het gaat juist ook om het gedeelte van de wijk economie wat niet zichtbaar is". De onzichtbare economie in een wijk is vaak vele malen groter dan de zichtbare economie. Bij onzichtbare economie moet worden gedacht aan bedrijven die aan huis zijn gevestigd waarbij van de buitenkant niet te zien is dat er een bedrijf gevestigd is. Veelal zijn dit zelfstandigen zonder personeel (verder: ZZP'ers) die werkzaam zijn in de dienstensector. Bijvoorbeeld een accountant die vanuit huis werkt. Een reden waarom de experts voor een smalle definitie van wijk economie kiezen, is dat er eenvoudiger mee te werken is dan met een brede definitie waarin veel aspecten, zoals (non)profit bedrijven, werkgelegenheid en consumenten, worden meegerekend. Met andere woorden, met een smalle definitie kunnen helderdere en eenvoudigere doelen worden gesteld dan met een brede definitie. Peter Blonk zegt hier het volgende over: "binnen onze organisatie moeten doelen en plannen SMART worden gemaakt. Hiervoor is het essentieel om met smalle definities te werken, anders blijft het onderzoeksgebied onduidelijk en voor meerdere interpretaties vatbaar".

Ondanks de redelijke consensus onder de geïnterviewde experts over de betekenis van wijk economie, zijn er ook verschillen. Zo hecht de Kamer van Koophandel meer waarde aan het feit dat werkgelegenheid tot wijk economie wordt gerekend. De economische groei en ontwikkeling van gebieden in de vorm van de groei van werkgelegenheid behoren immers tot de één van de speerpunten van deze organisatie. Woningcorporatie Ymere hecht hier minder waarde aan omdat ze werkgelegenheid niet tot hun invloedsferen rekent en het geen onderdeel is van de bedrijfsdoelstellingen.

De experts is ook gevraagd of er een ontwikkeling heeft plaatsgevonden in de definiëring van wijk economie. Een verschil tussen vroeger en nu is dat vroeger de betekenis van wijk economie meer was gericht op winkelstraatjes en buurtcentra. Nu gaat het meer over wat ondernemers kunnen betekenen voor een wijk. Het begrip heeft een bredere focus gekregen. Dit is ook terug te zien in de betekenis van wijk economie in de literatuur (zie paragraaf 2.3.1.2). Tot slot geven de experts aan dat bij de betekenis van wijk economie nooit moet worden vergeten dat het de inwoners zijn die in een wijk wonen en dat leven in een wijk prettig moet zijn. Sander Vermeer zegt hierover: "Wat ik heel erg belangrijk vind aan de leefbaarheid van een wijk is de bewoners die de wijk maken. Het gaat uiteindelijk toch om de mensen en dat die de mogelijkheden hebben om zich te ontwikkelen".

2.3.1.4 Conclusie

Vanuit de literatuur zijn verschillende betekenissen van wijk economie aangehaald. Onderscheid kan worden gemaakt tussen smalle en brede definities en tussen definities

die gericht zijn op initiatieven die worden genomen om ofwel de economische positie van bewoners of wijken naar een hoger niveau te brengen. Daarnaast bestaat een definitie over wijk economie vaak uit de twee componenten lokale bedrijven en hun ondernemers en werkgelegenheid. In dit onderzoek staan de bedrijven en hun ondernemers centraal en niet zozeer de werkgelegenheid. Naast de keuze voor ondernemers vanuit de wens van de opdrachtgever, blijkt ook uit onderzoek (Raspe et al., 2010) dat extra werkgelegenheid in de wijk geen effect heeft op de werkloosheid in de wijk en dus geen invloed heeft op de leefbaarheid in die wijk. Dit komt doordat van het aantal geschikte banen voor een wijkbewoner, zich maar voor 1% in de wijk bevindt waar de bewoner woont. Een beschikbare baan in een wijk voor een wijkbewoner is namelijk afhankelijk van het aantal banen in de wijk en de kennis, vaardigheden en ervaring van die wijkbewoner (Marlet, 2010).

Uit de interviews met experts komt duidelijk naar voren dat, in tegenstelling tot in de literatuur, wijk economie hoofdzakelijk betrekking heeft op lokale bedrijven en hun ondernemers en niet zozeer op werkgelegenheid. Vervolgens geven de experts vooral de voorkeur aan smalle definities van wijk economie omdat dit bruikbaar is in het werkveld dan brede definities. Door de definities uit de literatuur met de kennis van de experts te combineren is tot de volgende definitie gekomen: 'Wijk economie betreft alle zichtbare en onzichtbare profit activiteiten van lokale bedrijven en ondernemers die gevestigd zijn in een administratief afgebakende wijk'. Deze definitie wordt in deze thesis gebruikt.

2.3.2 Leefbaarheid

Leefbaarheid is de laatste jaren een veel gebruikt begrip in zowel het Nederlandse beleid als in het publieke debat. Dit is te zien aan de groeiende aandacht voor leefbaarheid als onderwerp binnen politieke partijen, beleidsdocumenten met titels zoals 'de leefbaarheid van wijken', beleid gericht op de leefbaarheid zoals in het Grotestedenbeleid gebeurt en een aangestelde minister van Wonen, Wijken en Integratie (Ministerie van VROM, 2004). Met het huidige politieke klimaat in Nederland is echter slecht te voorspellen wat de komende jaren gaat gebeuren op het gebied van leefbaarheid. Eén ding is zeker, het huidige kabinet stelt minder tot geen budgetten beschikbaar voor de aanpak van leefbaarheid in woonwijken. Dit vertaalt zich onder andere in het afschaffen van de Vogelaarheffing, het verdwijnen van het ministerie van VROM en het eindigen van de subsidies voor de wijkaanpak (KEI Kenniscentrum Stedelijke Vernieuwing, 2010).

2.3.2.1 Wat is 'leefbaarheid' volgens de literatuur?

De betekenis van leefbaarheid verschilt per persoon (Ministerie van VROM, 2004). Dit komt doordat het een begrip is wat gevormd wordt door een persoonlijk referentiekader en dus subjectief is. Iemand die in de binnenstad woont, zal leefbaarheid anders definiëren dan iemand die in een landelijk gebied woont. Mensen die landelijk wonen zullen de rustige omgeving waarschijnlijk prettig vinden, terwijl dit juist is wat stadsmensen niet actief zoeken. Zo zullen ze hun idee van leefbaarheid anders definiëren. Het ministerie van VROM (2004, p. 14) zegt het volgende over het begrip: "Wat men precies onder leefbaar verstaat hangt in sterke mate af van de normen en waarden waarmee iemand een buurt of plek beoordeelt".

Hoewel het dus een begrip is waar elk persoon iets anders onder verstaat, bestaat binnen de literatuur redelijke overeenstemming over de definitie van leefbaarheid. Twee voorbeelden van definities zijn: "Leefbaarheid is fysiek én sociaal, met een belangrijke plek voor overlast en criminaliteit" (Ministerie van VROM, 2004, p. 9) en "Meer in het bijzonder gaat het bij leefbaarheid om het samenspel tussen de fysieke kwaliteit, de sociale kenmerken en de veiligheid van de woonomgeving" (De Hart et al., 2002, p. 25). Deze definities geven aan dat leefbaarheid bestaat uit drie componenten: fysiek, sociaal en veiligheid/overlast. Daarnaast hangen deze drie factoren onderling sterk met elkaar samen.

2.3.2.2 Wat is 'leefbaarheid' volgens experts?

Naast de betekenis van leefbaarheid in de literatuur is ook aan experts gevraagd wat zij onder leefbaarheid verstaan. Volgens hen zijn vier aspecten belangrijk bij het definiëren van leefbaarheid. Als eerste en belangrijkste is het prettig wonen in de wijk. Dit houdt bijvoorbeeld in dat een wijk voorzieningen heeft, dat men elkaar ontmoet in een wijk, het er levendig is en dat een wijk er netjes uit ziet. Herman van der Werf verwoordt dit als volgt: "Onder leefbaarheid versta ik dat bewoners zich veilig voel in een wijk, voorzieningen voor de deur zijn en dat er mensen op straat zijn die de wijk levendig maken. Met andere woorden, dat bewoners zich prettig voelen in de wijk".

Als tweede gaat het om het sociale aspect. De experts geven aan dat het in een wijk om bewoners draait. Bewoners moeten sociaal kunnen stijgen in een wijk. Dit is het vooruitkomen van bewoners op bijvoorbeeld het gebied van onderwijs, werken of wonen. Het derde aspect is dat een wijk veilig is en er geen sprake is van overlast. Tot slot komt naar voren dat het fysieke aspect ook een belangrijke rol speelt. Dit houdt in dat een wijk schoon en heel is. De experts zijn het er tevens over eens dat leefbaarheid een subjectief begrip is dat door iedereen anders wordt ingevuld.

Het grootste verschil in de meningen van de experts betreft dat vier van de zeven experts vinden dat er niet of nauwelijks een ontwikkeling heeft plaatsgevonden binnen het begrip leefbaarheid. Zij zeggen dat de vier bovengenoemde aspecten altijd al onder leefbaarheid worden verstaan. De andere drie experts geven aan dat er wel een verschuiving heeft plaatsgevonden in de definiëring. Deze verschuiving is van schoon, heel en veilig naar schoon, heel en veilig plus het sociale aspect 'sociale stijging' gegaan.

2.3.2.3 Conclusie

Uit de literatuur blijkt dat de interpretatie van het begrip leefbaarheid sterk afhankelijk is van de normen en waarden waarmee iemand een wijk beoordeelt. Het begrip heeft dus een sterke subjectieve lading. Wel blijken de definities vanuit de literatuur overeen te komen wat betreft de componenten: fysiek, sociaal en veiligheid/overlast. Deze componenten komen ook naar voren in de interviews met experts. Een groot verschil is dat de experts 'prettig wonen' het belangrijkste onderdeel vinden. Prettig wonen hing volgens hen vooral samen met het feit dat een wijk voorzieningen heeft, dat bewoners elkaar kunnen ontmoeten in een wijk, dat een wijk veilig is en het er levendig is. Deels zijn deze kenmerken van prettig wonen in de definitie van leefbaarheid voor dit onderzoek meegenomen. Dit is gebeurd omdat in dit onderzoek leefbaarheid nauw samenhangt met wijkeconomie en daar bij de definiëring van leefbaarheid rekening mee is gehouden. De definitie waarmee in dit onderzoek wordt gewerkt luidt als volgt: 'Leefbaarheid gaat over prettig wonen in een wijk, waarbij prettig wonen wordt gemeten aan de hand van vier kenmerken: de aanwezigheid van voorzieningen in de wijk, de aanwezigheid van ontmoetingsplekken in de wijk, de mate van levendigheid in de wijk en de mate van een actieve inzet van betrokkenen aan de leefbaarheid'. Waarbij in deze masterthesis de definitie van leefbaarheid wordt toegepast op bedrijven en ondernemers uit Stedenwijk.

2.4 Bijdrage van lokale bedrijven en ondernemers aan de leefbaarheid

Wijkeconomie kan zowel positief als negatief bijdragen aan de leefbaarheid. Een voorbeeld van een positieve bijdrage is een bakkerij die als ontmoetingsplek dient in de wijk. Dit bevordert de samenhang en solidariteit omdat mensen elkaar leren kennen en daardoor meer begrip voor elkaar krijgen. Een ontmoetingsplek in de wijk kan ook negatief bijdragen aan de leefbaarheid. Dit is bijvoorbeeld het geval bij cafés en winkelcentra. Deze ontmoetingsplekken trekken soms hangjongeren aan die overlast veroorzaken (Marlet, 2010). Deze masterthesis richt zich voornamelijk op de positieve

bijdragen die bedrijven en hun ondernemers leveren aan de leefbaarheid, afgeleid van de centrale onderzoeksvraag.

Bedrijven en ondernemers in een wijk kunnen op vier manieren positief bijdragen aan de leefbaarheid (Aalders et al., 2008; Ministerie van Economische Zaken, 2010). Dit kan doordat bedrijven dienen als voorziening voor de wijk, doordat bedrijven fungeren als ontmoetingsplek voor de wijk, doordat ondernemers een actieve bijdrage leveren aan de leefbaarheid en doordat bedrijven zorgen voor levendigheid in de wijk. Deze paragraaf gaat dieper in op de vier manieren waarop wijk economie bij kan dragen aan leefbaarheid.

Als bedrijven voorzien in een bepaalde behoefte van lokale bewoners, zoals een bakker, een bank of een kapper, dan is het bedrijf een voorziening in de wijk. Uit onderzoek van Aalders et al. (2008), Bulterman (2008) en Hagens et al. (2009) blijkt dat een breed aanbod aan voorzieningen een positief effect heeft op de woonkwaliteit en dus op de leefbaarheid van een wijk. Volgens hen wordt dat positieve effect veroorzaakt doordat bewoners liever in de buurt hun boodschappen en diensten halen dan dat ze daarvoor (ver) moeten reizen. Het is immers makkelijker om even op de fiets naar de supermarkt te gaan voor een vergeten boodschap, dan de auto of de bus te moeten pakken. Uit ander onderzoek (Raspe et al., 2010) blijkt dat er wel een voorbehoud aan het effect van wijkvoorzieningen zit. Zij stellen namelijk dat er bepaalde bedrijven zijn die in mindere mate bijdragen aan de leefbaarheid. Bijvoorbeeld een café dat voor geluidsoverlast kan zorgen of een winkelcentrum dat hangjongeren aantrekt.

Ten tweede kunnen lokale bedrijven een ontmoetingsplek zijn voor bewoners, klanten en toeleveranciers (Aalders et al., 2008; Hagens et al., 2009). Doordat bewoners met elkaar in contact komen ontstaat sociale interactie en dat vergroot het sociaal kapitaal van mensen (Ministerie van Economische Zaken, 2010). Daarnaast kan het ontstaan van deze contacten leiden tot lokale netwerken en gemeenschapsgevoelens (Blokland, 2009; Flap & Völker, 2005). Ook hier geldt dat of een bedrijf dient als ontmoetingsplek afhangt van de sector waarin een bedrijf actief is. Vaak zijn het de lokale winkeliers die door hun toonbankfunctie¹ de kans vergroten dat bewoners elkaar ontmoeten (Raspe et al., 2010). De kleine winkelier vergroot de kans dat bewoners elkaar ontmoeten. Dit komt doordat consumentendiensten met een lokale afzetmarkt voornamelijk klanten uit de wijk aantrekken (Raspe et al., 2010).

Een andere belangrijke bijdrage van ondernemers aan de leefbaarheid van een wijk is de actieve inzet voor de wijk (Aalders et al., 2008; Hagens et al., 2009). De actieve inzet kan verklaard worden vanuit twee theorieën. De eerste is de rationele keuze theorie. Dit houdt in dat ondernemers alleen bijdragen aan de leefbaarheid uit eigenbelang. Als tweede kan een ondernemer actief bijdragen doordat hij/zij een sociale druk ervaart waardoor ondernemers een bijdrage leveren aan de leefbaarheid. Voorbeelden van een actieve bijdrage zijn het bijwonen van wijkbijeenkomsten, wijkfeesten organiseren, vrijwilligerswerk doen en met andere bewoners acties organiseren (Hagens et al., 2009). Ook valt het melden van overlast en klachten onder het leveren van een actieve bijdrage (Aalders et al., 2008). Met andere woorden, door een actieve bijdrage vergroten ondernemers de sociale controle in de wijk. Dit zijn voornamelijk de ondernemers die gedurende lange tijd van de dag aanwezig zijn in de wijk en zicht hebben op (hun straat in) de wijk (Pols et al., 2009; Raspe et al., 2010).

De vierde en laatste manier waarop lokale bedrijven en ondernemers positief bijdragen aan de leefbaarheid is door het creëren van een levendige wijk (Ministerie van Economische Zaken, 2010; Rozema & Oude Groeniger, 2008; VROM-Raad, 2006). Levendigheid ontstaat door mensen die op straat aanwezig zijn. Een mogelijke reden waarom mensen op straat aanwezig zijn, is vanwege het aanbod lokale bedrijven waar men gebruik van maakt. Bijvoorbeeld door een boodschap te doen of een ijsje te gaan eten bij de ijssalon. Bedrijven met een toonbankfunctie dragen duidelijk bij aan een

¹ Een bedrijf met een toonbankfunctie is een bedrijf dat als verzorgingsgebied de wijk heeft (Bulterman, 2008).

levendige wijk. De zakelijke dienstverlening zal minder directe levendigheid met zich meebrengen dan consumentendiensten met een toonbankfunctie die over het algemeen meer klanten over de vloer hebben. Maar ondernemers en werknemers in de zakelijke dienstverlening kunnen op hun beurt wel gebruik maken van de bedrijven met een toonbankfunctie door bijvoorbeeld buiten de deur te gaan lunchen. De grootste positieve bijdrage aan levendigheid wordt geleverd door ondernemers die wonen en werken in dezelfde wijk (Pols et al., 2009). Als ondernemer dragen ze bij door klanten te ontvangen en als bewoner door buiten werktijden om gebruik te maken van de voorzieningen in de wijk, een rondje te lopen in de wijk of door de stoep te vegen.

2.5 Kenmerken van bedrijven en ondernemers die de bijdrage van bedrijven en ondernemers aan de lokale leefbaarheid beïnvloeden

Nu bekend is op welke manier bedrijven en ondernemers een bijdrage kunnen leveren aan de leefbaarheid, is de vraag wat dit verklaart. Als antwoord op die vraag worden in deze paragraaf de kenmerken van bedrijven en ondernemers weergegeven die van invloed zijn op die bijdrage aan de leefbaarheid. Met deze kennis kan uiteindelijk worden getoetst welke kenmerken van de Stedenwijkse bedrijven en ondernemers een relatie vertonen met de bijdrage die zij leveren aan de leefbaarheid.

Er is in het verleden slechts een klein aantal onderzoeken gedaan naar de relatie tussen wijk economie en leefbaarheid. Sommige bedrijfs- en ondernemerskenmerken die in deze paragraaf worden beschreven zijn slechts eenmaal eerder empirisch onderzocht. Ook worden er onderzoeken aangehaald die niet specifiek over bedrijven en ondernemers gaan, maar over bewoners van een wijk in relatie met hun bijdrage aan de leefbaarheid. Omdat veel ondernemers in de zelfde wijk wonen als werken (ongeveer een derde), en dus ook bewoner zijn van een wijk, is deze informatie van belang (Bulterman, 2006). Dit maakt het onderzoek exploratief van aard.

2.5.1 De relatie tussen bedrijfskenmerken en lokale leefbaarheid

De binding van een bedrijf aan de wijk is in beperkte mate van invloed op de leefbaarheid (Schutjens & Steenbeek, 2010). Het gebonden zijn aan de wijk houdt in dat een bedrijf afhankelijk is van de omgeving waar het bedrijf gevestigd is. Bedrijven kunnen fysiek gebonden zijn aan een wijk doordat ondernemers vaak vanuit huis werken of bedrijfsonroerend goed huren/bezitten. Wanneer bedrijven starten hebben ze vaak te maken met obstakels en onzekerheden. Hierdoor is zeker in de beginfase van het bedrijf de woning een ideale locatie vanwege de lage kosten, hoge mate van flexibiliteit en de mogelijkheid tot combineren van andere taken (Mackloet et. al., 2006). Pratt (1999) geeft in het empirisch onderzoek 'Homebased Business: the Hidden Economy' aan dat een thuisondernemer zijn of haar woning niet alleen bij de start van het bedrijf gebruikt, maar dat het vaak de permanente bedrijfslocatie blijft. Veel bedrijven die starten aan huis blijven daar gevestigd (ECORYS, 2008). Dit is gunstig voor de bijdrage die bedrijven en ondernemers leveren aan de leefbaarheid van een wijk want een lange vestigingsduur van het bedrijf blijkt positief van invloed te zijn op de leefbaarheid (Schutjens & Steenbeek, 2010). Lang gevestigde bedrijven en de daarbij horende ondernemers zijn door meer gebondenheid meer betrokken bij de wijk (Schutjens & Steenbeek, 2010).

Naast de fysieke binding aan de wijk, kunnen bedrijven ook sociaal-economisch gebonden zijn aan een wijk doordat ze lokale netwerken bezitten. Dit kunnen netwerken zijn met andere bedrijven, toeleveranciers, klanten en personeel (Bulterman, 2006). Het voortbestaan van deze netwerken zijn vaak van cruciaal belang voor het bedrijf vanuit economisch oogpunt. De sociaal-economische binding van een bedrijf aan de wijk bestaat uit een aantal factoren (Bulterman, 2006). Lokale bedrijven kunnen gebonden zijn aan de wijk vanwege hun afzetmarkt. Wanneer het bedrijf veel klanten uit de nabije omgeving heeft, zal het meer gebonden zijn dan wanneer de afzetmarkt zich op

regionaal of nationaal niveau bevindt. Uit onderzoek van Schutjens en Steenbeek (2010) blijkt dat wanneer klanten van buiten de buurt komen vaker activiteiten door ondernemers worden georganiseerd die de leefbaarheid bevorderen. Daarnaast kunnen bedrijven gebonden zijn aan de wijk vanwege het feit dat ze werknemers in dienst hebben. Bedrijven met werknemers (uit de buurt) in dienst dragen meer bij aan de leefbaarheid dan bedrijven die geen werknemers in dienst hebben (Schutjens & Steenbeek, 2010). Een verklaring hiervoor is dat de werknemers dagelijks van en naar het bedrijfspand gaan, en daarmee direct bijdragen aan de levendigheid van de wijk. De grootte van een bedrijf is ook van invloed op de mate waarin bedrijven een verbetering van de leefbaarheid tot stand brengen (Marlet, 2010). Grote bedrijven blijken minder een sociale controle functie uit te oefenen dan kleinere bedrijven. Een verklaring hiervoor is dat de kleinere bedrijven meer betrokken zijn bij de wijk en meer zicht hebben op de wijk doordat ze kleinschaliger opereren. Bijvoorbeeld het verschil tussen een supermarkt en een lokale bakker. De ondernemer met een supermarkt heeft minder zicht op wat zich afspeelt in de wijk dan een bakker (Marlet, 2010). In lijn met het in dienst hebben van werknemers, ligt ook het gebonden zijn aan de wijk vanwege contacten met toeleveranciers (Schutjens & Steenbeek, 2010). Als laatste kan een bedrijf gebonden zijn aan de wijk vanwege netwerken met andere bedrijven. Netwerken met andere bedrijven zijn bijvoorbeeld samenwerkingsrelaties met andere bedrijven. Uit het onderzoek van Schutjens en Steenbeek (2010) blijkt dat deze samenwerkingsrelaties zorgen voor een verbetering van de leefbaarheid doordat deze ondernemers meer gebonden zijn aan de wijk.

De mate van bijdrage aan de leefbaarheid varieert tussen sectoren. De lokaal verzorgende sectoren, horeca, detailhandel en persoonlijke diensten, dragen in grotere mate bij aan de leefbaarheid dan niet-lokaal verzorgende sectoren zoals zakelijke dienstverlening, bouw, industrie en culture activiteiten (Schutjens & Steenbeek, 2010). Een vorm van bijdrage aan de leefbaarheid waarin de lokaal verzorgende sectoren meer bijdragen dan niet-lokaal verzorgende sectoren is doordat bedrijven een ontmoetingsplek zijn voor de wijk, levendigheid creëren en een voorziening zijn voor de wijk. Ook uit het onderzoek van Aalders et al. (2008) blijkt dat de sector een betekenisvol effect heeft op de bijdrage aan de leefbaarheid.

Vervolgens blijkt investeren in het bedrijfspand van invloed te zijn op de bijdrage die bedrijven en ondernemers leveren aan de lokale leefbaarheid. Investeren in een bedrijfspand zorgt voor een beter aanzicht en draagt zo bij aan de leefbaarheid van een wijk (Aalders et al., 2008). Daarnaast kunnen investeringen ook aan de binnenkant van het pand plaatsvinden. Ook deze veranderingen dragen indirect bij aan de leefbaarheid doordat klanten een bezoek aan een dergelijk pand als prettig ervaren. Het is mogelijk dat ondernemers die in hun bedrijfspand investeren relatief vaker afhankelijk zijn van de buurt voor hun afzet dan ondernemers die niet investeren in hun bedrijfspand. Immers, wanneer een bedrijfspand er aantrekkelijk uitziet, van binnen en van buiten, zal dit bezoekers naar het bedrijf trekken (Aalders et al., 2008).

Literatuur over de relatie tussen de (on)zichtbaarheid van een bedrijf en de invloed op de lokale leefbaarheid ontbreekt. Toch kan worden aangenomen dat zichtbare bedrijven meer bijdragen aan de leefbaarheid dan onzichtbare bedrijven. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat zichtbare bedrijven relatief vaker een ontmoetingsplek zijn in de wijk dan onzichtbare bedrijven.

2.5.2 De relatie tussen ondernemerskenmerken en lokale leefbaarheid

Persoonlijke binding of gehechtheid aan de wijk van de ondernemer blijkt belangrijk te zijn bij het verklaren van de bijdrage aan de leefbaarheid van de ondernemer (Aalders et al., 2008; Raspe et al., 2010; Moolenaar, 2010). Binding aan de wijk kan zich uiten doordat men zich kan identificeren met buurtbewoners of doordat men zich thuis voelt in een omgeving (Dekker, 2007). Een sterke mate van gehechtheid aan de wijk zorgt voor meer betrokken ondernemers. Voorbeelden hiervan zijn dat aan de wijk gehechte

ondernemers vaker wijkbijeenkomsten bijwonen, vaker wijkfeesten organiseren en vaker vrijwilligerswerk doen (Aalders et al., 2008).

De woontijd van een ondernemer in de wijk is van invloed op de leefbaarheid, en dan in het bijzonder de middellange woontijd (11-20 jaar) (Schutjens & Steenbeek, 2010). Ondernemers die relatief lang in de wijk wonen zetten zich meer in voor de leefbaarheid, dan ondernemers die relatief kort in de wijk wonen. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat ondernemers die langer woonachtig zijn in een wijk zich meer verbonden voelen met de wijk en zich dus ook meer willen inzetten. Dit ligt in lijn met de persoonlijke binding of gehechtheid aan de wijk van een ondernemer. Een uit eerder onderzoek gebleken verklaring komt van de wetenschappers Allen Hays & Kogl (2007). Zij stellen dat mensen die in de toekomst met plezier in de wijk willen blijven wonen, en dus een langere woontijd voor ogen hebben, zich actiever zullen inzetten voor de wijk. Dit komt doordat men in de loop der tijd meer sociale contacten opbouwt waardoor men zich meer verbonden voelt met de wijk dan mensen die relatief kort in een wijk wonen.

Een ander kenmerk dat van invloed is op de mate waarin ondernemers actief bijdragen aan de leefbaarheid is de tevredenheid van ondernemers over de wijk. Schutjens & Steenbeek (2010, p. 148) stellen: "Daadwerkelijk iets doen aan de leefbaarheid in de buurt, zoals het met de buren ondernemen van activiteiten om de sociale of fysieke orde te verbeteren, hangt bij ondernemers vooral af van hun mening over de buurt". Daarbij beginnen ontevreden ondernemers het vaakst dergelijke activiteiten. Dit komt waarschijnlijk omdat deze ondernemers het idee hebben dat ze de leefbaarheid door middel van zulke activiteiten in de wijk kunnen verbeteren. Ook Aalders et al. (2008) beargumenteren dat wanneer de ondernemer de leefomgeving als positief ervaart, er geen stimulans bestaat om iets aan die leefbaarheid te doen. Tot slot blijkt uit een onderzoek van Van Marissing (2007) dat de tevredenheid over de buurt een negatieve invloed heeft op de deelname van bewoners in formele organisaties. Met andere woorden, hoe lager de tevredenheid, des te hoger de mate van participatie in formele organisaties. Weliswaar gaat het onderzoek van Van Marissing (2007) niet specifiek over ondernemers, echter, zoals eerder gesteld zijn de meeste ondernemers ook bewoners van een wijk. De drie beschreven empirische studies concluderen dat ontevredenheid over de leefomgeving leidt tot een bijdrage aan de leefbaarheid.

2.6 Conclusie

Om antwoord te geven op de eerste twee deelvragen: 'Wat houden de begrippen wijk economie en leefbaarheid in volgens de literatuur?' en 'Wat houden de begrippen wijk economie en leefbaarheid in volgens experts?' is in dit onderzoek gestart met een literatuurstudie en verkennende interviews onder experts. Voor een goede afbakening van het onderzoek is het immers van belang dat een duidelijke definitie wordt gegeven van de concepten wijk economie en leefbaarheid. De uitkomsten van de literatuurstudie en interviews zijn samengebracht en hebben tot de volgende definities geleid:

'Wijk economie betreft alle zichtbare en onzichtbare profit activiteiten van lokale bedrijven en ondernemers die gevestigd zijn in een administratief afgebakende wijk'.

'Leefbaarheid gaat over prettig wonen in een wijk, waarbij prettig wonen wordt gemeten aan de hand van vier kenmerken: de aanwezigheid van voorzieningen in de wijk, de aanwezigheid van ontmoetingsplekken in de wijk, de mate van levendigheid in de wijk en de mate van een actieve inzet van betrokkenen aan de leefbaarheid'

Uit de literatuurstudie is verder gebleken dat een leefbare wijk niet vanzelf ontstaat. Gemeenten, woningcorporaties en welzijnsorganisaties investeren in de leefbaarheid van een wijk, maar ook bedrijven en ondernemers dragen bij aan de leefbaarheid. Dit kunnen

ze doen doordat ze een voorziening voor de wijk zijn, doordat ze fungeren als een ontmoetingsplek, doordat ondernemers een actieve bijdrage leveren door bijvoorbeeld het doen van vrijwilligerswerk en als laatste door het brengen van levendigheid in de wijk. Niet elk bedrijf en elke ondernemer draagt echter bij aan die leefbaarheid. Dit blijkt af te hangen van het soort bedrijf en het soort ondernemer. Theoretische factoren die hier aan ten grondslag liggen voor het soort bedrijf zijn: vestigingsduur, sociaal-economische binding, sector, investeren in het bedrijfspand en de (on)zichtbaarheid van het bedrijf. Voor de ondernemer is de bijdrage aan de leefbaarheid afhankelijk van de volgende factoren: woonduur in de wijk, tevredenheid over de wijk, sociale binding aan de wijk, aantal uren per week werkzaam in de wijk en de houding tegenover samenwerking ter verbetering van de wijk. Belangrijk om in gedachten te houden is dat de wisselwerking tussen bedrijven en hun omgeving hier aan ten grondslag liggen. Of een bedrijf of ondernemer een bijdrage levert aan de leefbaarheid kan verklaard worden vanuit netwerken en instituties. Bijvoorbeeld, de mate waarin een ondernemer investeert in zijn/haar bedrijfspand hangt af van het feit of de ondernemer een lokaal klantennetwerk heeft. Zo ja, dan zal de ondernemer eerder geneigd zijn te investeren vanwege een goede uitstraling van het pand dat meer bezoekers oplevert. Hiermee is antwoord gegeven op de derde deelvraag: 'In hoeverre hangt wijkeconomie samen met leefbaarheid volgens de literatuur?'

2.7 Conceptueel model en hypothesen

Op basis van de bestudeerde literatuur is een conceptueel model weergegeven (figuur 2.1). In het conceptueel model zijn vier indicatoren van leefbaarheid weergegeven die vallen onder de gemeenschappelijke noemer 'lokale leefbaarheid Stedenwijk: bijdrage van lokale bedrijven en ondernemers op de lokale leefbaarheid'. De verklarende factoren zijn onder te verdelen naar kenmerken van bedrijven en kenmerken van ondernemers.

In het model vormen de pijlen met nummer 1 het eerste gedeelte van het empirisch onderzoek. Wanneer de relatie tussen wijkeconomie en leefbaarheid bekend is, kan vervolgens naar het tweede deel van het empirisch onderzoek worden gegaan, pijlen met nummer 2. Hier wordt duidelijk hoe lokale instanties de wijkeconomie kunnen beïnvloeden, zodanig dat het de leefbaarheid ten goede komt.



Figuur 2.1 Conceptueel model

Uit de literatuur blijkt dat de kenmerken van bedrijven en ondernemers die in het model zijn weergegeven van invloed zijn op meerdere indicatoren van leefbaarheid. Zichtbare bedrijven zijn bijvoorbeeld vaak een voorziening voor de wijk, zijn daarbij een ontmoetingsplek en doordat mensen elkaar daar ontmoeten zorgt het ook voor levendigheid in de wijk. Uiteindelijk is per bedrijfs- en ondernemerskenmerk één hypothese opgesteld die relatie onderzoekt met één indicator van leefbaarheid. Er is gekozen voor de indicator van leefbaarheid die het duidelijkst uit de literatuur naar voren komt. Zo kan het bijvoorbeeld dat de actieve bijdrage aan de leefbaarheid vijf hypothesen heeft en voorziening voor de wijk maar één. Onderstaand worden de 9 hypothesen weergegeven die uit het conceptueel model kunnen worden afgeleid:

Voorziening voor de wijk

1. De sector waarin een bedrijf actief is, is bepalend voor de mate waarin een bedrijf een voorziening is voor de wijk gemeten naar het aantal lokale klanten.

Ontmoetingsplekken

2. Gecontroleerd voor sector, hangt de (on)zichtbaarheid van een bedrijf positief samen met de mate waarin een bedrijf als ontmoetingsplek fungeert.

Actieve inzet voor de wijk

3. Hoe groter de sociaal-economische binding van het bedrijf aan de wijk, des te groter de actieve bijdrage van ondernemer en bedrijf aan de wijk.
4. Een langere woontijd van de ondernemer in de wijk zorgt voor een actievere bijdrage aan de lokale leefbaarheid van de wijk dan een kortere woontijd van de ondernemer.
5. Hoe ontevredener de ondernemer is over Stedenwijk, des te meer zal de ondernemer zich actief inzetten voor de wijk.
6. Hoe groter de sociale binding van de ondernemer aan de wijk, des te meer zal de ondernemer zich actief inzetten voor de wijk.
7. Hoe langer een ondernemer per week aan het werk is in Stedenwijk, des te meer de ondernemer zich actief zal inzetten voor de wijk.

Levendigheid

8. Gecontroleerd voor sector, hangt een relatief lange vestigingsduur van een bedrijf positief samen met de bezoekfrequentie.
9. Ondernemers die hebben geïnvesteerd in hun bedrijfspand, de binnen en/of buitenkant, vertonen een positieve relatie met het leveren van een bijdrage aan een levendige wijk.

Hoofdstuk 3. Stedenwijk: typering en huidige stand van zaken

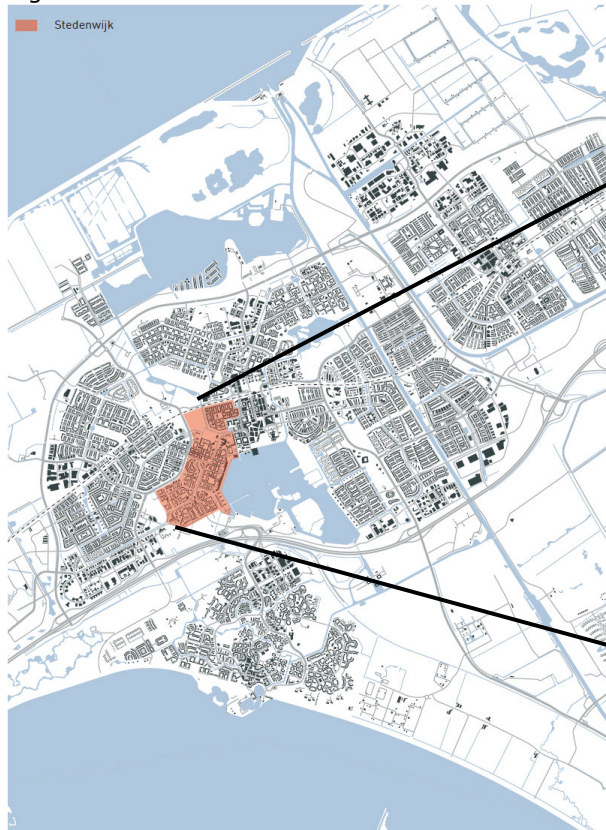
Nu helder is welke soorten bedrijven en ondernemers een relatie vertonen met de bijdrage die zij leveren aan de leefbaarheid, wordt het onderzoeksgebied, de wijk Stedenwijk in Almere, beschreven. Om een beeld te kunnen vormen over Stedenwijk zijn gegevens verzameld over de leefbaarheid in Stedenwijk en de huidige stand van zaken met betrekking tot wijk economie. Deze beschrijving van Stedenwijk dient uiteindelijk als opstap naar de resultaten over de relatie tussen wijk economie en leefbaarheid die in Stedenwijk zijn gevonden. Aan het eind van dit hoofdstuk wordt een antwoord gegeven op de vierde deelvraag:

'Hoe kan Stedenwijk worden getypeerd en wat is de huidige stand van zaken in Stedenwijk met betrekking tot wijk economie en leefbaarheid, in de context van de gemeente Almere?'

3.1 Leefbaarheid in Stedenwijk

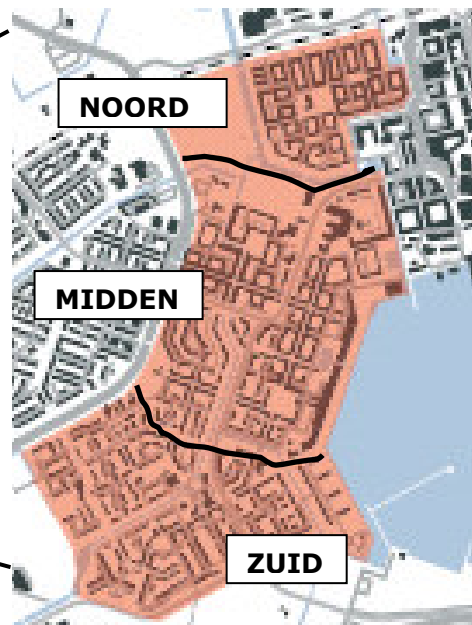
Stedenwijk is een van de oudste wijken van Almere die begin jaren '80 is gebouwd (Gemeente Almere, 2008; Ogier, 2006). De wijk ligt ten zuidwesten van het centrum van Almere en valt onder stadsdeel Almere Stad West. In figuur 3.1 is de ligging van Stedenwijk in Almere weergegeven. Figuur 3.2 laat de verdeling van Stedenwijk-Noord, - Midden en - Zuid zien.

Figuur 3.1: Overzichtskaart Almere



Bron: Gemeente Almere, 2008

Figuur 3.2: Overzichtskaart Stedenwijk



Bron: Gemeente Almere, 2008

De leefbaarheid in Stedenwijk wordt gemiddeld als matig positief beoordeeld. Informatie over de leefbaarheid van Stedenwijk is gehaald uit de Leefbaarometer (Ministerie van VROM, 2010b). De Leefbaarometer is "een instrument dat op basis van objectief

vaststelbare omgevingscondities een indicatie geeft van de leefbaarheid vanuit het perspectief van de bewoners" (Ministerie van VROM, 2009). De leefbaarheidssituatie wordt berekend aan de hand van gegevens over zes dimensies: woningvoorraad, publieke ruimte, voorzieningenniveau, bevolkingssamenstelling, sociale samenhang en veiligheid. Bij de bevolkingssamenstelling wordt bijvoorbeeld gekeken naar werkloosheidscijfers, het inkomensniveau en het opleidingsniveau (Ministerie van VROM, 2009).

In Stedenwijk zijn gegevens over de leefbaarheid beschikbaar uit de jaren 1998, 2002, 2006 en 2008. Dit is weergegeven in figuur 3.3. Op een 7-punts schaal van 'zeer negatief' tot 'zeer positief' scoort Stedenwijk gemiddeld 'matig positief'. Hiermee scoort Stedenwijk één schaal lager dan Almere (Ministerie van VROM, 2010b). Twee aangrenzende buurten van Stedenwijk, Centrum en Staatsliedenwijk, scoren één schaal lager en worden als 'matig' beoordeeld. Op de publieke ruimte en voorzieningenniveau scoort de wijk positiever ten opzichte van het Nederlands gemiddelde. Wanneer een ronde door de wijk wordt gemaakt is te zien dat veel groen en water aanwezig is en dat het over het algemeen net er uit ziet (zie afbeelding 3.1 en 3.2).

Afbeelding 3.1 Publieke ruimte in Stedenwijk



Bron: Blom, 2010

Afbeelding 3.2 Publieke ruimte in Stedenwijk

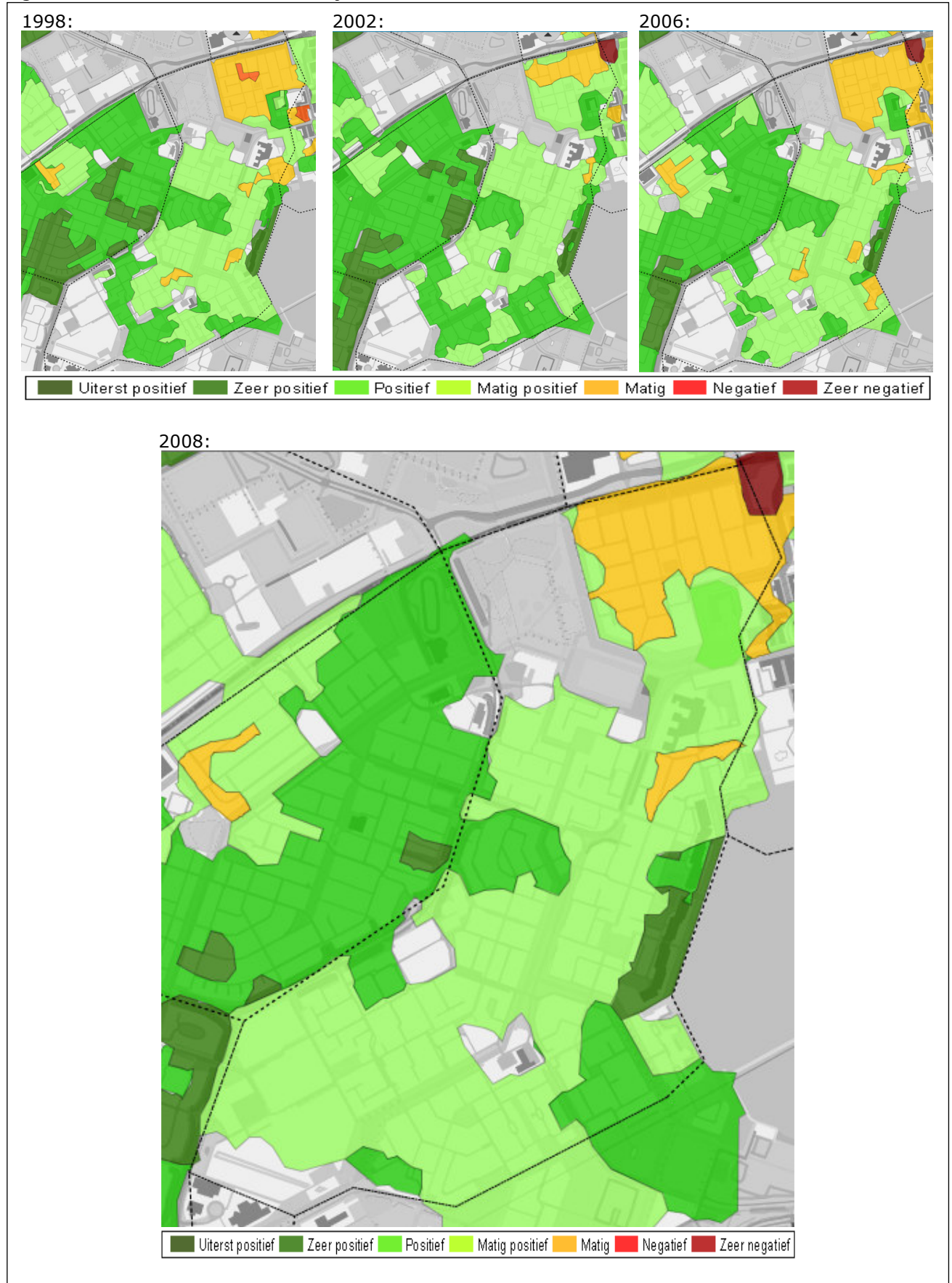


Bron: Blom, 2010

De positieve score op het voorzieningenniveau is te verklaren door het feit dat Stedenwijk grenst aan het centrum van Almere en doordat in de wijk zelf ook voorzieningen aanwezig zijn, gemeten naar het aantal bedrijven (Kamer van Koophandel, 2010). Hierdoor zijn voorzieningen relatief dichtbij. In Stedenwijk bevinden zich bijvoorbeeld tal van voorzieningen gericht op onderwijs (Ogier, 2006). In de wijk zitten vijf basisscholen, twee middelbare scholen en drie peuterspeelzalen. Verder zitten er een buitenschoolse - en naschoolse opvang en drie kinderdagverblijven. Ook op het gebied van gezondheids- en welzijnszorg zijn voorzieningen aanwezig, zoals twee gezondheidscentra.

Stedenwijk scoort op de punten woningvoorraad, bevolkingssamenstelling, sociale samenhang en veiligheid minder positief dan het Nederlands gemiddelde. De woningvoorraad is eenzijdig in Stedenwijk, er staan vooral rij- en etagewoningen. Half vrijstaande en geschakelde woningen staan, ten opzichte van Almere, nauwelijks in de wijk (Gemeente Almere, 2009). Ongeveer 40% van de woningen is particulier eigendom en 44% van de woningen is in het bezit van corporaties (Gemeente Almere, 2009). Het resterende deel is particuliere verhuur. Ten opzichte van Almere staan in Stedenwijk relatief veel woningen van corporaties. De drie aanwezige corporaties zijn: GoedeStede, Ymere en De Alliantie, zij zitten respectievelijk in Noord, Midden en Zuid Stedenwijk (zie figuur 3.4).

Figuur 3.3: Leefbaarometer Stedenwijk



Bron: Ministerie van VROM, 2010b

In Stedenwijk-Noord heeft corporatie GoedeStede onlangs een grootschalige renovatie van de woningen uitgevoerd. Ook in Stedenwijk-Midden zijn woningen van corporatie Ymere gerenoveerd.

Figuur 3.4: Sociale huur Stedenwijk naar corporaties



- Sociale huur**
- bijna alle woningen van GoedeStede
 - groot deel van de woningen van Ymere
 - klein deel van de woningen van Ymere
 - alle woningen van De Alliantie
 - klein deel van de woningen van De Alliantie

Bron: Stedenwijk: Ruimtelijke Visie, 2008

De negatievere score op de bevolkingssamenstelling is te verklaren doordat er in Stedenwijk sprake is van een relatief hoog werkloosheidspercentage in 2009. Het percentage werklozen ligt 2% hoger dan in Almere, namelijk op 7%. Daarnaast ligt het gemiddeld inkomen in Stedenwijk van een huishouden (€26.800) beduidend lager dan in Almere (€32.100) (Gemeente Almere, 2009).

De sociale samenhang wordt gemeten aan de hand van de huishoudenssamenstelling en de leeftijdsopbouw van een wijk. In Stedenwijk wonen ruim 10.000 mensen waaronder relatief weinig gezinnen met kinderen (32%) en veel alleenstaanden (37%) (Gemeente Almere, 2009). De leeftijdsopbouw van Stedenwijk is ongeveer gelijk aan die van Almere. Echter, de prognose laat zien dat de omvang van de groep personen van 65 jaar en ouder tot aan 2020 relatief harder gaat stijgen dan in Almere. De vergrijzing zal in Stedenwijk dus groter zijn ten opzichte van Almere. Daarbij komt dat de ontgroening, krimp van de groep 0-24 jaar, zowel in Stedenwijk als in Almere is voorspeld (Gemeente Almere, 2009).

Uit de Veiligheidsmonitor 2005 blijkt dat men in Stedenwijk niet tevreden is over de wijk (Tuynman, 2005). Dit heeft te maken met achterstallig onderhoud en schoonmaak van de wijk en met verloedering, vernieling, onveiligheid en inbraken. Verder verwacht 43% van de Stedenwijkse bewoners dat de wijk de komende jaren op het gebied van veiligheid achteruit zal gaan (Tuynman, 2005).

Naast de bovenstaande beschrijving over de gemiddelde score van Stedenwijk op de leefbaarheid, zijn ook verschillen binnen Stedenwijk waar te nemen (zie figuur 3.3). Wat opvalt is dat het noorden van Stedenwijk door de jaren heen negatiever wordt beoordeeld dan de rest van Stedenwijk. Alleen in 2002 is een lichte verbetering te zien ten opzichte van 1998. Stedenwijk-Noord blijft achter ten opzichte van de rest van Stedenwijk op de punten veiligheid en bevolkingssamenstelling. Op het voorzieningenniveau scoort Stedenwijk-Noord wel hoger dan de rest van Stedenwijk. Dit komt waarschijnlijk doordat dit deel van de wijk grenst aan het centrum van Almere en dus dichtbij vele voorzieningen is gelegen. Daarnaast zijn op de leefbaarometer uit 2006 vier oranje gebieden zichtbaar die 'matig' scoren in Stedenwijk-Midden en -Zuid, in 2008 is dit er nog maar één. Dit duidt op een verbetering van de leefbaarheid in die gebieden. Mogelijk is dit veroorzaakt door ingrepen van de gemeente, woningcorporaties of welzijnsorganisaties of een verslechtering van het Nederlands gemiddelde.

3.2 Wijkeconomie en werkgelegenheid in Stedenwijk

Eén op de 27 bedrijven in Almere is afkomstig uit Stedenwijk en in totaal staan in Stedenwijk 526 bedrijven geregistreerd (Kamer van Koophandel, 2010). 74% van deze bedrijven is gevestigd in een woning (Gemeente Almere, 2009). Als logisch gevolg zijn relatief veel arbeidsplaatsen in woningen gevestigd. Wanneer wordt gekeken naar het aantal opheffingen en oprichtingen van bedrijven in de wijk, is opvallend dat er in 2006, 2007, 2008 en in 2009 steeds meer oprichtingen zijn geweest dan opheffingen (Kamer van Koophandel, 2010). De verhouding tussen het aantal bedrijven dat uit Stedenwijk vertrekt en het aantal bedrijven dat zich in Stedenwijk vestigt, is ongeveer gelijk (Kamer van Koophandel, 2010).

Vóór dit onderzoek werd er op het gebied van wijkeconomie in Stedenwijk niets ondernomen. Er bestaat geen ondernemersvereniging en bedrijven zijn op geen enkele ander manier verenigd. Met deze masterthesis als basis, is gestart met het investeren in de wijkeconomie door Ymere, Kamer van Koophandel en de gemeente Almere. Voorbeelden hiervan zijn het investeren in bedrijfspanden, opknappen van de openbare ruimte, het organiseren van een netwerkbijeenkomst voor ondernemers op 9 november 2010 en het zichtbaarder maken van bedrijven. Bedrijven worden onder andere zichtbaarder gemaakt door middel van interviews met ondernemers in de buurtkrant 'de Stedenwijker'. Met het investeren in de bedrijfspanden van Ymere is in september 2010 gestart. De eerste inventarisaties zijn gemaakt en in 2011 begint Ymere met het schilderen van de panden en het aanbieden van gevelreclame. Onderstaand zijn twee foto's van bedrijfspanden van Ymere in Stedenwijk weergegeven. Het pand op de linker foto is een bedrijf waar spareribs zijn te bestellen. Ymere is niet tevreden met de uitstraling van het pand en in 2011 wordt dit pand opgeknapt. De rechter foto laat een bakkerij in Stedenwijk zien. Ymere is meer tevreden over de staat van dit pand maar het wordt binnenkort ook geschilderd. Ymere is namelijk van plan om bij al haar bedrijfspanden in Stedenwijk, 14 in totaal, dezelfde kleurstelling te gebruiken.

Afbeelding 3.3 Spareribs Line in Stedenwijk Afbeelding 3.4 Bakkerij in Stedenwijk



Bron: Blom, 2010



Bron: Blom, 2010

3.3 Conclusie

Met dit hoofdstuk kan antwoord worden gegeven op de vierde deelvraag:

'Hoe kan Stedenwijk worden getypeerd en wat is de huidige stand van zaken in Stedenwijk met betrekking tot leefbaarheid en wijk economie, in de context van de gemeente Almere?'

Stedenwijk is een wijk waar het voorzieningenniveau en de kwaliteit van de openbare ruimte relatief goed scoren met betrekking tot de leefbaarheid. Voorzieningen zijn zowel aanwezig in de wijk als in de aangrenzende wijk het centrum. Daarnaast is relatief veel groen en water in de wijk aanwezig. Punten waarop de leefbaarheid in Stedenwijk minder scoort zijn de veiligheid, sociale samenhang, bevolkingssamenstelling en de woningvoorraad. Onder andere heeft Stedenwijk ten opzichte van Almere een hoog werkloosheidspercentage, het gemiddelde inkomen van een huishouden ligt beduidend lager dan in Almere en is Stedenwijk onveilig ten opzichte van Almere. Over het geheel wordt de leefbaarheid in Stedenwijk 'matig positief' beoordeeld.

Door lokale instanties is nog niet eerder geïnvesteerd in de wijk economie van Stedenwijk. Met deze thesis als basis wordt hier nu wel een start mee gemaakt, en worden door verschillende organisatie acties uitgevoerd, zoals het opknappen van bedrijfspanden en het organiseren van netwerkbijeenkomsten. Dit moet in de toekomst zijn uitwerking gaan hebben op een grotere bijdrage van bedrijven en ondernemers aan de leefbaarheid van Stedenwijk.

Hoofdstuk 4. Onderzoeksmethode

4.1 Inleiding

Nu duidelijk is welke verklaringen ten grondslag liggen aan de bijdrage die bedrijven en ondernemers leveren aan de wijk en een beeld is geschetst van Stedenwijk, gaat dit hoofdstuk in op de methoden van het empirisch onderzoek. Hoofdstuk 4 dient daarbij als opstap naar hoofdstuk 5, waar de resultaten van het onderzoek worden beschreven.

Omdat ieder type onderzoeksmethode en -techniek sterke en zwakke punten heeft, is gekozen voor de meest optimale combinatie van onderzoeksmethoden. Deze triangulatie leidt tot sterker onderzoek waarmee beter antwoord gegeven kan worden op de onderzoeksvraag (Bryman, 2008; Verschuren & Doorewaard, 2007).

De eerste onderzoeksmethode bestaat uit kwalitatief onderzoek op basis van interviews met experts op het gebied van wijkeconomie en leefbaarheid. Het doel van de interviews is om één werkbare definitie van wijkeconomie en één werkbare definitie van leefbaarheid te formuleren. Met de onderzoeksmethode inhoudsanalyse zijn interviews met zeven experts geanalyseerd. Door de geringe omvang van het aantal interviews worden op basis van de uitkomsten geen eindconclusies getrokken. Ze dienen vooral ter ondersteuning van de begripsbepaling.

De tweede onderzoeksmethode bestaat uit kwantitatief onderzoek op basis van de gegevens uit een schriftelijke enquête die is afgenomen onder ondernemers met een bedrijf in Stedenwijk. Het doel van de enquête is het verzamelen van gegevens over wijkeconomie en leefbaarheid, waarmee wordt getoetst in hoeverre de wijkeconomie samenhangt met de lokale leefbaarheid in Stedenwijk. Door het geringe aantal bestaande onderzoeken naar de samenhang tussen wijkeconomie en lokale leefbaarheid worden niet alleen wetenschappelijke theorieën getoetst. Ook wordt geprobeerd verbanden te vinden tussen nog niet eerder onderzochte factoren. Daarmee is dit kwantitatief empirisch onderzoek vooral exploratief van aard.

Paragraaf 4.2 gaat over het kwalitatieve gedeelte van het onderzoek. Hier wordt de aanpak van de interviews beschreven, waarvan de uitkomsten zijn behandeld in paragraaf 2.3. Vervolgens gaat paragraaf 4.3 in op het kwantitatief empirisch onderzoek, en met name de opzet en uitvoering van de schriftelijke enquête.

4.2 Kwalitatief onderzoek

In hoofdstuk twee is ingegaan op de definities van wijkeconomie en leefbaarheid. Deze zijn tot stand gekomen op basis van interviews met experts en gebruikt om antwoord te geven op één van de deelvragen van dit onderzoek. Om het verhaal in hoofdstuk twee niet te onderbreken, is daar niet ingegaan op de verantwoording van de gebruikte technieken die zijn gebruikt om tot de definities te komen. Daarom wordt dat in deze paragraaf alsnog uitgelegd. De definities van wijkeconomie en leefbaarheid, zoals gevonden in de literatuur (zie paragraaf 2.3.2), zijn door de grote verschillen niet direct bruikbaar in het onderhavige onderzoek. Immers, een te brede definitie leidt tot op meerdere manieren te interpreteren onderzoeksresultaten, die daardoor niet te gebruiken zijn voor empirisch onderzoek. Om tot werkbare en smalle definities van wijkeconomie en leefbaarheid te komen, is daarom besloten tot interviews met zeven verschillende experts die kennis bezitten over wijkeconomie en leefbaarheid. De interviews zijn begin maart 2010 gehouden op de werklocaties van de experts. Initieel was gekozen om naast de leden uit de begeleidingsgroep, twee personen uit de onderzoekswereld te interviewen. Het doel hiervan was om uiteenlopende opvattingen over wijkeconomie en leefbaarheid te verkrijgen. Eén persoon vanuit de

begeleidingsgroep en één persoon uit de onderzoekswereld waren echter niet beschikbaar voor een interview. Daarnaast zijn op basis van aanbevelingen van Jeroen Jonkers tijdens het interview nog drie experts geïnterviewd. Hierdoor zijn uiteindelijk zeven experts geïnterviewd (zie lijst met geïnterviewde personen in bijlage I). Vier daarvan zijn werkzaam bij Ymere, waarbij Sander Vermeer en Peter Blonk op de afdeling Taskforce Wijkaanpak, Abdel Chaara gebiedsbeheerder is in Stedenwijk en Jeroen Jonkers werkzaam is op de afdeling Bedrijfsonroerend Goed. Daarnaast zijn geïnterviewd: Herman van der Werf, werkzaam bij de Kamer van Koophandel Gooi en Eemland; Harald van der Kooi, werkzaam bij de gemeente Almere en Otto Raspe, werkzaam bij het Planbureau voor de Leefomgeving in Den Haag.

Allereerst is aan de experts gevraagd wat zij onder leefbaarheid en wijkeconomie verstaan en of zij vinden dat er een ontwikkeling heeft plaatsgevonden in de definiëring van leefbaarheid en wijkeconomie. Vervolgens is ingegaan op de relatie tussen leefbaarheid en wijkeconomie. Gevraagd is of de experts een relatie zien tussen deze twee begrippen en zo ja, hoe deze relatie er dan uit ziet. Tot slot is gevraagd of de genoemde definities generaliseerbaar zijn (zie voor de interviewopzet bijlage II).

Om de experts niet te sturen in hun antwoorden, waren de interviews inductief van aard. In open vragen werd naar de mening van de experts gevraagd. Daarnaast waren de interviews semigestructureerd van aard waardoor de geïnterviewden de ruimte kregen om aan te geven wat zij onder wijkeconomie en leefbaarheid verstonden. Het voordeel hiervan is dat afgeweken kan worden van de vragen, waardoor eventuele informatie niet achterblijft (Bryman, 2008).

De afgenomen interviews zijn getranscribeerd, waarna de interviews geanalyseerd zijn door middel van zogenoemd 'inhoudsanalyse'. Bij kwalitatieve inhoudsanalyse gaat het om "*de reductie van de voor de onderzoeker relevante informatie uit een grote hoeveelheid tekstueel en/of audiovisueel materiaal*" (Verschuren & Doorewaard, 2007, p. 238). De transparantie van deze methode heeft tot voordeel dat het onderzoek eenvoudig te repliceren is. Nadelig is echter de subjectiviteit van de onderzoeker, hierdoor leidt de codering altijd tot een zekere mate van beïnvloeding van de analyse. In het onderhevige onderzoek is het doel van de inhoudsanalyse het achterhalen wat de geïnterviewden afzonderlijk onder de begrippen wijkeconomie en leefbaarheid verstaan en uiteindelijk per begrip één definitie te creëren. Uiteindelijk zijn op basis van de interviews en vervolgens de kwalitatieve inhoudsanalyse twee smalle definities tot stand gekomen. Onder leefbaarheid wordt verstaan: 'Leefbaarheid gaat over prettig wonen in een wijk, waarbij prettig wonen wordt gemeten aan de hand van voorzieningen, ontmoetingsplekken, levendigheid en actieve inzet van betrokken in de wijk'. Wijkeconomie is als volgt gedefinieerd: 'Wijkeconomie betreft alle zichtbare en onzichtbare profit activiteiten van lokale bedrijven en ondernemers die gevestigd zijn in een bepaalde administratief afgebakende wijk'

Naast de gebruikte onderzoeksmethode interviews aan het begin van het empirisch onderzoek, zijn aan het einde van het empirisch onderzoek in de tweede week van oktober acht² medewerkers van Ymere, Kamer van Koophandel en de gemeente Almere gebeld. Hen is gevraagd de vier indicatoren van leefbaarheid te rangschikken van de belangrijkste naar de minst belangrijke indicator. Met andere woorden, er is een top vier gemaakt van de indicatoren 'voorziening voor de wijk', 'ontmoetingsplek', 'actieve bijdrage van betrokkenen' en 'levendigheid in de wijk'. Dit is gebeurd om prioriteit aan te brengen binnen de verschillende kenmerken van bedrijven en ondernemers die een relatie vertonen met de lokale leefbaarheid. Immers, lokale organisaties moeten een keuze maken waar ze in gaan investeren binnen de wijkeconomie vanwege beperkte middelen. Dit wordt beschreven in hoofdstuk 6.

² Zie bijlage I voor de lijst met personen die gevraagd zijn prioriteit aan te brengen binnen de vier indicatoren van leefbaarheid.

4.3 Kwantitatief empirisch onderzoek

Door middel van het verzamelen en analyseren van gegevens van bedrijven en hun ondernemers wordt de samenhang tussen wijkeconomie en leefbaarheid in beeld gebracht. In deze paragraaf wordt de werkwijze bij de verzameling van gegevens en de uitvoering van analyses beschreven. Daarbij wordt achtereenvolgens ingegaan op de onderzoekspopulatie, onderzoeksvorm, operationalisatie, uitvoering, respons en de statistische analysetechniek.

4.3.1. Onderzoekspopulatie

De onderzoekspopulatie is de groep van objecten waarover uitspraken worden gedaan door middel van onderzoek. De bepaling van de populatie is daarom sterk afhankelijk van de onderzoeksvraag en gehanteerde definities. Belangrijk bij het bepalen van de onderzoekspopulatie is de balans tussen interne- en externe validiteit (Verschuren & Doorewaard, 2007). Validiteit heeft betrekking op de inhoud: wordt er gemeten wat de bedoeling is? Een populatie die niet goed genoeg is afgebakend biedt eerder de mogelijkheid tot generalisatie naar ruimere populaties en dus grotere externe validiteit. Echter, dit gaat hoogstwaarschijnlijk ten koste van interne validiteit en daarmee de geldigheid van de uitspraken. Dit komt doordat interne validiteit kijkt naar de mate waarin empirische bevindingen correct zijn onderbouwd (Bryman, 2008). Met een slecht afgebakende populatie kunnen bevindingen niet juist worden onderbouwd omdat de gevonden empirische bevindingen ook door andere factoren kunnen zijn veroorzaakt (Verschuren & Doorewaard, 2007). Voor een goed onderzoek is het afbakenen van de onderzoekspopulatie daarom van groot belang.

Zoals eerder uitgelegd, wordt in dit onderzoek onder wijkeconomie verstaan 'alle zichtbare en onzichtbare profit activiteiten van ondernemers met een bedrijf in een bepaalde wijk'. Voor het selecteren van de populatie van dit onderzoek is de definitie op twee punten bepalend. Ten eerste betreft het de activiteiten van een duidelijk aan te wijzen actor, de ondernemer met een bedrijf in Stedenwijk. Ten tweede gaat de definitie uit van een duidelijk afgebakende groep, de ondernemers met een bedrijf in Stedenwijk, die gevestigd zijn in een bepaalde wijk, in dit geval Stedenwijk. Ondernemers die in Stedenwijk woonachtig zijn, maar waarvan het bedrijf gevestigd is buiten Stedenwijk, vallen daarmee buiten dit onderzoek. Deze ondernemers zijn niet in de wijk aanwezig tijdens de werkzaamheden voor hun bedrijf en dragen daarmee niet bij aan leefbaarheid zoals gedefinieerd in dit onderzoek. Maar ondernemers die zelf niet in Stedenwijk wonen, maar waarvan het bedrijf wel in Stedenwijk gevestigd is, zijn wél meegenomen. Zij zijn immers wel aanwezig in de wijk tijdens werkzaamheden voor hun bedrijf.

Een complicerende factor in dit onderzoek is het feit dat verschillende woningcorporaties actief zijn in Stedenwijk. Naast Ymere, bezitten ook GoedeStede en de Alliantie panden in de wijk. Zij hebben respectievelijk bezittingen in Stedenwijk Midden, -Noord en -Zuid (zie figuur 3.3). Om de goede relatie tussen de drie woningcorporaties niet te verstoren, heeft Ymere de goedkeuring van de andere woningcorporaties als randvoorwaarde gesteld voor het uitvoeren van het onderzoek in Stedenwijk Noord en -Zuid³. Na overleg met de twee corporaties bleek alleen GoedeStede open te staan voor medewerking aan het onderzoek. Stedenwijk Zuid is dus niet meegenomen in dit onderzoek. Vervolgens is op 9 maart 2010 via de Kamer van Koophandel het handelsregister geraadpleegd en zijn de bedrijfsadressen uit Stedenwijk Noord en -Midden zijn opgevraagd. Hieruit blijkt dat in Stedenwijk Noord en -Midden 383 bedrijven staan geregistreerd, 77 bedrijven in Stedenwijk Noord en 306 bedrijven in Stedenwijk

³ De bedrijven in Stedenwijk-Midden behoren sowieso tot de onderzoekspopulatie omdat Ymere, die als enige corporatie bezit heeft in Stedenwijk-Midden, de opdrachtgever is van het onderzoek.

Midden. De onderzoekspopulatie omvat daarmee 383 bedrijven die actief zijn in Stedenwijk-Noord en -Midden.

4.3.2 Onderzoeksvorm

Nu bekend is uit welke populatie gegevens worden verzameld, moet worden bepaald wat de beste manier is om de gegevens te verzamelen. Dit wordt vastgesteld op basis van de onderzoekspopulatie en de middelen en mogelijkheden van de onderzoeker. Hierbij staat de vraag centraal hoe de meest volledige relevante informatie achterhaald kan worden.

De twee belangrijkste technieken om informatie te verkrijgen van personen, zijn ondervraging en observatie (Verschuren en Doorewaard, 2007). De ondervraging is vooral geschikt om vooraf, op basis van de operationalisatie, gewenste informatie te verkrijgen en geeft de mogelijkheid om in relatief korte tijd veel informatie te verzamelen. Observatie is een techniek om op een bepaalde locatie door middel van waarnemingen informatie te genereren, waarbij de onderzoeker zich meer laat leiden door de gebeurtenissen. Observatie is relatief gezien een meer tijdrovende techniek. In dit onderzoek is wegens beperkte tijd voor de uitvoering van het onderzoek en het grote aantal ondernemers in Stedenwijk, besloten om de gewenste gegevens te verzamelen door middel van een ondervraging. Op basis van een eenduidige operationalisatie (zie paragraaf 4.3.3) wordt specifieke kennis verkregen over een grote groep ondernemers.

Een ondervraging kan op twee manieren worden uitgevoerd: door een enquête of interview. De keuze daarvoor kan worden bepaald op basis van twee overwegingen (Verschuren en Doorewaard, 2007). Ten eerste de voorgestructureerdheid van de ondervraging, waarmee wordt bedoeld in welke mate van tevoren voor iedere persoon is bepaald hoe exact en uniform de vragen worden gesteld. Ten tweede is de openheid van de vraagstelling van belang, waarbij onderscheid wordt gemaakt tussen open en gesloten vragen. Een grote mate van voorgestructureerdheid in combinatie met een gesloten vraagstelling heeft tot voordeel dat de antwoorden van de verschillende personen op een eenduidige en gestructureerde manier kunnen worden geanalyseerd. Daarnaast is er weinig ruimte is voor subjectiviteit en interpretatie van de onderzoeker. Dit draagt bij aan de betrouwbaarheid van het onderzoek. Een lage mate van voorgestructureerdheid en een open vraagstelling leidt ertoe dat veel meer interactie mogelijk is tussen de interviewer en de geïnterviewde en dat de antwoorden kunnen worden toegelicht. Echter, in dit onderzoek sluiten een grote mate van voorgestructureerdheid en een gesloten vraagstelling het beste aan bij de omvang van de onderzoekspopulatie. Daarom is voor dit onderzoek gekozen voor een enquête.

De laatste keuze die gemaakt moet worden voordat de onderzoeksvorm volledig is bepaald, is de keuze tussen een schriftelijke en een mondelinge enquête. Het belangrijkste verschil tussen de twee mogelijkheden is de reikwijdte van de enquête. Met een schriftelijke enquête kunnen relatief gezien veel mensen in korte tijd worden benaderd. Met mondelinge enquêtes kunnen veel minder mensen worden bereikt in hetzelfde tijdsbestek. Omdat dit onderzoek door één persoon wordt uitgevoerd, de onderzoekspopulatie relatief groot is en het onderzoek binnen een bepaalde tijd moet worden afgerond, is gekozen voor de schriftelijke enquête. In de schriftelijke enquête zijn de factoren van wijkeconomie en leefbaarheid meetbaar gemaakt. Het proces dat hier aan vooraf is gegaan, de operationalisatie, wordt in de volgende paragraaf toegelicht.

4.3.3 Operationalisatie

In het conceptueel model uit hoofdstuk 2 (figuur 2.1) zijn de verschillende factoren van wijkeconomie en de indicatoren van leefbaarheid weergegeven. De factoren van wijkeconomie vertonen volgens de literatuur een samenhang met de indicatoren van leefbaarheid. En om te kunnen toetsen of deze samenhang ook voor Stedenwijk geldt, is het noodzakelijk om deze factoren meetbaar te maken. Sommige factoren zijn direct te meten, zoals de factor 'sector'. Andere factoren, zoals de factor 'binding van de ondernemer aan de wijk' zijn door de grotere mate van abstractie niet direct te meten.

Om toch te achterhalen hoe ondernemers op deze factoren scoren, zijn ze door middel van meer concrete vragen meetbaar gemaakt.

Onder het begrip wijk economie vallen in deze masterthesis vijf bedrijfs- en vier ondernemerskenmerken (zie figuur 2.1). Voor de bedrijfskenmerken betreft het de verwachte bedrijfsgroei, de vestigingsduur van het bedrijf in de wijk, de mate van sociaal-economische binding van het bedrijf met de wijk, de mate van investeringen in het bedrijfspand, het type sector waarin de ondernemer actief is en de mate van (on)zichtbaarheid van het bedrijf. De factoren vestigingsduur, mate van investeringen, het type sector en de mate van onzichtbaarheid zijn direct te meten. Voor elk van deze factoren is daarom één vraag in de enquête opgenomen (zie bijlage III). De factoren verwachte bedrijfsgroei en de mate van binding met de wijk zijn abstracter, en daarom zijn voor deze factoren meerdere vragen in de enquête opgenomen (zie tabel 4.1).

| Tabel 4.1 Wijk economie: bedrijfskenmerken | |
|---|--|
| Vestigingsduur | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Vestigingsduur van het bedrijf in de wijk (Vraag 8)</i> |
| Sociaal-economische binding aan de wijk | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Locatie van klanten en toeleveranciers (Vraag 34a, 34b en 36)</i> • <i>Aantal werknemers en woonplaats van werknemers (Vraag 16 en 17)</i> • <i>Aantal en hoeveelheid contacten met andere bedrijven in Stedenwijk (Vraag 38 en 39)</i> |
| Investeren in bedrijfspand | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Investeren in het bedrijfspand (Vraag 14)</i> |
| Sector | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Sector waarin het bedrijf actief is (Vraag 15)</i> |
| (On)zichtbaarheid | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Zichtbaarheid bedrijf voor voorbijgangers (Vraag 11)</i> |

De vier kenmerken van ondernemers die volgens de literatuur belangrijk zijn voor de bijdrage die zij leveren aan de leefbaarheid, zijn de woonduur van de ondernemer in Stedenwijk, de mate van tevredenheid over de wijk, de mate van sociale binding van de ondernemer aan de wijk, het gemiddeld aantal uren dat een ondernemer per week werkzaam is in Stedenwijk en de houding tegenover samenwerking met andere ondernemers. De factoren woonduur, gemiddeld aantal uren werkzaam in Stedenwijk en de houding tegenover samenwerking zijn direct te meten en daarom is voor deze factoren één vraag in de enquête opgenomen. Tevredenheid over de wijk en sociale binding aan de wijk zijn niet direct met één vraag te meten; daarom zijn voor deze factoren twee of meerdere vragen gesteld (zie tabel 4.2). Uiteindelijk zijn de stellingen van deze twee factoren samengevoegd tot 'tevredenheid over Stedenwijk' en 'sociale binding aan de wijk'. Dit is gedaan door de som van de stellingen te nemen, waarbij de meest negatieve categorie score 1 heeft gekregen en de meest positieve categorie score 5. Per stelling kan een respondent dus minimaal 1 en maximaal 5 scoren.

Bij het meten van de tevredenheid over de leefbaarheid in Stedenwijk zijn zes stellingen voorgelegd, elke respondent kan dus bij de een minimumscore van 6 en een maximumscore van 30 hebben. Vervolgens is de gemiddelde score van de 69 respondenten berekend ($\mu=19,5$) en is besloten om respondenten die binnen een halve standaard deviatie boven en beneden het gemiddelde vallen te rekenen tot de respondenten die gemiddeld tevreden zijn over Stedenwijk, waarbij een halve standaarddeviatie ongeveer 1,5 betreft. Dit zijn dus een respondenten met een score van 18 t/m 21. Scores lager dan 18 worden gerekend tot de categorie 'lage tevredenheid' en scores hoger dan 21 worden gerekend tot de categorie 'hoge tevredenheid'. Hierbij is uiteraard rekening gehouden met positieve dan wel negatieve formuleringen van de stellingen.

Bij het meten van de 'sociale binding aan de wijk' zijn negen stellingen voorgelegd, elke respondent kan dus een minimumscore van 9 en een maximumscore van 45 hebben.

Vervolgens is ook hier de gemiddelde score van de 69 respondenten berekend ($\mu=23$) en besloten om respondenten die een derde van de standaard deviatie boven en beneden het gemiddelde vallen te rekenen tot de respondenten die gemiddeld gebonden zijn aan Stedenwijk, waarbij een derde standaarddeviatie ongeveer 1 betreft. Dit zijn dus een respondenten met een score van 22 t/m 24. Scores lager dan 22 worden gerekend tot de categorie 'zwakke sociale binding' en scores hoger dan 24 worden gerekend tot de categorie 'sterke sociale binding'. Ook hier is rekening gehouden met positieve dan wel negatieve formuleringen van de stellingen.

Tabel 4.2 Wijkeconomie: ondernemerskenmerken

Woonduur in Stedenwijk

- *Woonduur van de ondernemer in Stedenwijk (Vraag 7)*
-

Tevredenheid over wijk

- *Rapportcijfer voor lokale leefbaarheid van Stedenwijk (Vraag 1)*
 - *Gemeten aan de hand van 6 stellingen over de lokale leefbaarheid (Vraag 2 e,f,g,h,i,k)*
 1. *Er is af en toe sprake van vandalisme*
 2. *Je kunt hier niets doen zonder dat het opgemerkt wordt*
 3. *De mensen uit Stedenwijk vertrouwen elkaar*
 4. *Als ik op vakantie ben, dan letten mijn burens op*
 5. *Mensen in Stedenwijk hebben goed contact met elkaar*
 6. *Afgelopen winter maakte bewoners hun stoep sneeuwvrij*
-

Sociale binding aan de wijk

- *Gemeten aan de hand van 7 verschillende stellingen over de binding van de ondernemer met de wijk (Vraag 5)*
 1. *Ik voel me betrokken bij Stedenwijk*
 2. *Ik voel me verantwoordelijk voor de leefbaarheid in Stedenwijk*
 3. *Mensen van buiten denken dat dit een fijne wijk is*
 4. *Ik blijf graag op de hoogte van wat er allemaal in Stedenwijk gebeurt*
 5. *Ik ben trots op Stedenwijk*
 6. *Ik vertel wel eens wat over Stedenwijk aan andere mensen*
 7. *Ik lees de buurtkrant 'de Stedenwijker'*
-

Uren werkzaam in Stedenwijk

- *Gemiddeld aantal uur werkzaam in Stedenwijk (Vraag 4)*
-

Houding tegenover samenwerking ter verbetering van de wijk

- *Houding tegenover samenwerking met andere bedrijven in Stedenwijk ter verbetering van de wijk (Vraag 43)*
-

Leefbaarheid heeft vier indicatoren. Dit zijn de mate waarin het bedrijf een voorziening is voor de wijk, de mate waarin het bedrijf als ontmoetingsplek fungeert, de mate waarin betrokkenen zich actief inzet voor de wijk en de mate waarin het bedrijf zorgt voor levendigheid in de wijk. De indicatoren 'voorziening voor de wijk', 'ontmoetingsplek' en 'levendigheid' zijn direct te meten, daarom is één vraag per factor in de enquête opgenomen (zie tabel 4.3). De leefbaarheidsindicator 'actieve bijdrage van betrokkenen bij de wijk' is abstracter van aard, daarom zijn negen stellingen opgesteld die de indicator meetbaar maken.

Tabel 4.3 Leefbaarheid: bijdrage door bedrijven en ondernemers

Voorziening voor de wijk

- *Gemeten aan de hand van het geschatte percentage klanten dat afkomstig is uit Stedenwijk. (Vraag 35)*

Bedrijf als ontmoetingsplek

- *Bedrijf als ontmoetingsplek voor de wijk (Vraag 33)*

Actief inzetten voor de wijk (fysiek en sociaal)

- *Gemeten aan de hand van 9 verschillende stellingen over de fysieke en sociale bijdrage van ondernemers aan de wijk (Vraag 3)*
 1. *Ik woon vergaderingen, inspraakavonden of informatiebijeenkomsten over Stedenwijk bij*
 2. *Ik meld klachten over Stedenwijk bij lokale autoriteiten, zoals politie, wijkagent of gemeentebestuurders*
 3. *Ik bezoek wijkactiviteiten zoals feestjes, barbecues en wijkuitjes*
 4. *Ik vraag subsidie(s) aan voor wijkproject(en)*
 5. *Ik bezoek het stadsdeelkantoor of wijkkantoor van de corporatie*
 6. *Ik doe vrijwilligerswerk in Stedenwijk*
 7. *Ik draag als ondernemer bij aan het organiseren van wijkactiviteiten zoals feesten, barbecues en wijkuitjes*
 8. *Ik spreek anderen aan op onacceptabel gedrag*
 9. *Ik houd de straat/openbare ruimte rond mijn onderneming schoon*

Levendigheid

- *Gemeten aan de hand van het aantal klantbezoeken dat een bedrijf heeft (Vraag 32)*

4.3.4 Aanpak en uitvoering

De aanpak en uitvoering van het verzamelen van de gegevens is gericht op het verkrijgen van een zo hoog mogelijke respons en een zo goed mogelijke representativiteit. Onderdeel daarvan is de keuze om een aankondigingsbrief te versturen naar alle 383 bedrijfsadressen in Stedenwijk Noord en – Midden (zie bijlage IV). Een ander middel dat is ingezet voor het verhogen van de respons, is de keuze om de schriftelijke enquêtes persoonlijk bij de ondernemers af te geven. Dit bood de mogelijkheid om een toelichting te geven op vragen van ondernemers over het onderzoek. Tevens levert het afgeven van de enquêtes de mogelijkheid op om de respondent extra te prikkelen om de enquête in te vullen (Bryman, 2008). Deze brief bevat een aankondiging van het onderzoek en legt uit waarom het belangrijk is dat de ondernemer meewerkt aan het onderzoek. De brief is ondertekend door de gebiedsmanager Almere van Ymere. In de brief is ook vermeld dat de ondernemer bij deelname een cadeaubon kan winnen van een tuincentrum. Er zijn 10 cadeaubonnen van 25 euro verloot, beschikbaar gesteld door Ymere. De brief naar de bedrijfsadressen in Stedenwijk-Midden is op 6 mei 2010 verstuurd en de brief naar de bedrijfsadressen in Stedenwijk-Noord op 25 mei 2010. De reden van de spreiding zijn de verschillende data waarop de woningcorporaties goedkeuring hebben gegeven voor het uitvoeren van het onderzoek (zie paragraaf 4.3.1).

Vervolgens is de onderzoeker binnen één week na het versturen van de aankondigingsbrief bij de bedrijfsadressen langs gegaan om de schriftelijke enquêtes af te geven. Voor de bedrijfsadressen in Stedenwijk-Midden is dit gebeurd op 10, 11 en 12 mei en voor de bedrijfsadressen in Stedenwijk-Noord op 28 mei. Vier situaties hebben zich tijdens het aanbellen bij de bedrijfsadressen voorgedaan; hoe vaak deze situaties zijn voorgekomen, staat weergegeven in tabel 4.4.

De eerste situatie is dat de ondernemer zelf de deur open deed, in 35% van de situaties was dit het geval. In deze situatie werd de enquête persoonlijk afgegeven en geprobeerd een afspraak te maken om de enquête ingevuld weer op te halen. Dit is wederom een manier om de respons te verhogen. Het voordeel van het ophalen van de enquête bij het bedrijfsadres is dat de ondernemer minder moeite hoefde te doen doordat hij/zij het niet op de post hoefde te doen. Maar in de praktijk bleek dat dit juist vaak als onprettig werd ervaren door de ondernemers. Door het maken van een afspraak

voelde de ondernemer zich niet vrij omdat hij/zij dan op een bepaald moment op het bedrijf aanwezig moest zijn, zodat het enquêteformulier kon worden opgehaald. Daarnaast gaven de ondernemers aan vaak buitenshuis aan het werk te zijn, waardoor een afspraak maken lastig werd. Als alternatief konden ondernemers de ingevulde enquête terugsturen in een retourenveloppe die dan tegelijkertijd werd afgegeven. Dit was in 88% van de situaties het geval. De tweede situatie was dat op het bedrijfsadres werd open gedaan, vaak door partner of kind, maar dat de ondernemer zelf niet aanwezig was. Dit gebeurde in 6% van de gevallen. In deze situaties is de enquête inclusief retourenveloppe overhandigd met de vraag of de ondernemer deze wilde invullen en terug sturen. In de derde situatie was niemand op het bedrijfsadres aanwezig om de enquête in ontvangst te nemen, de deur werd niet open gedaan. Dit was in 55% van de situaties het geval geweest. Bij deze situatie is de enquête met retourenveloppe en begeleidende brief (zie bijlage V) in de brievenbus gedeponneerd. Door middel van deze brief werd de ondernemer gevraagd de enquête in te vullen en naar Ymere op te sturen. De vierde situatie is weinig voorgekomen, slechts in 4% van de gevallen. Op deze adressen stonden meer dan 1 bedrijf ingeschreven of bedrijven hadden geen brievenbus.

Tabel 4.4 Overzicht (niet) open gedaan tijdens afgeven enquêtes

| | Ondernemer deed open | Partner/ kind deed open | Niet open gedaan | Dubbele adressen vanwege >1 bedrijf van dezelfde eigenaar of geen brievenbus | Totaal |
|--------------------------|----------------------|-------------------------|------------------|--|--------|
| <i>Stedenwijk-Noord</i> | 28 | 4 | 41 | 4 | 77 |
| <i>Stedenwijk-Midden</i> | 105 | 22 | 169 | 10 | 306 |
| Totaal | 133 | 26 | 210 | 14 | 383 |
| Totaal in % | 35 | 6 | 55 | 4 | 100 |

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

In verband met de matige respons na anderhalve week, toen er 63 enquêtes ingevuld en geretourneerd waren, is op dat moment een belactie ondernomen. Vanwege tijdsdruk is besloten alleen de ondernemers terug te bellen die de enquête persoonlijk overhandigd hebben gekregen door de onderzoeker. Dit waren 72 ondernemers, waarvan 55 ondernemers uit Stedenwijk-Midden en 17 ondernemers uit Stedenwijk-Noord. Uiteindelijk is met 22 ondernemers telefonisch contact geweest. Van de 50 ondernemers die niet telefonisch zijn bereikt namen 36 ondernemers de telefoon niet op. Van deze 36 ondernemers is bij 17 ondernemers op dat moment de voicemail ingesproken met de vraag of ze de enquête alsnog wilden invullen en retourneren. Voor de overige 14 van de 50 ondernemers geldt dat het telefoonnummer niet te vinden of niet meer actueel was. Al met al was de effectiviteit van het bellen laag. Ten eerste doordat een groot deel van de ondernemers dat niet bereikbaar was en ten tweede doordat de respons op de enquête, na de ondernemers telefonisch te hebben gesproken, alsnog tegenviel. Uiteindelijk hebben zes van de 39 telefonisch bereikte ondernemers, zowel gesproken als via het inspreken van de voicemail, de enquête alsnog ingevuld en opgestuurd.

4.3.5 Respons

Voor de validiteit van het onderzoek is een hoge respons op de enquête noodzakelijk. Hoe groter de respons, hoe kleiner de kans is dat er verschillen bestaan tussen de groep respondenten die wel aan het onderzoek mee hebben gedaan en de groep respondenten die niet aan het onderzoek mee hebben gedaan. Een hoge respons draagt daarmee bij aan een betere representativiteit van het onderzoek (Bryman, 2008).

Doordat het databestand van de Kamer van Koophandel niet up-to-date is behoren niet alle 383 bedrijven tot potentiële bedrijven die mee kunnen werken aan het onderzoek.

Zo bleek dat van de 383 bedrijven 57 ondernemers hebben aangegeven opgeheven, verhuisd, niet in Stedenwijk gevestigd te zijn of een adres te zijn met meer dan één bedrijf en dezelfde eigenaar te zijn (zie tabel 4.5). Hierdoor komt het potentiële aantal bedrijven dat kan meewerken aan het onderzoek op 326. Wel moet worden aangemerkt dat van deze 326 bedrijven waarschijnlijk nog een aantal bedrijven zijn opgeheven of verhuisd. Dit is echter niet te achterhalen omdat op 210 bedrijfsadressen niet werd open gedaan.

Tijdens het enquêteren is de onderzoeker bij 159 bedrijfsadressen te woord gestaan, en is in 110 gevallen de enquête in ontvangst genomen door de ondernemer of zijn/haar partner dan wel kind (zie tabel 4.5). In de andere gevallen werd de vragenlijst niet in ontvangst genomen omdat het bedrijf bijvoorbeeld opgeheven of verhuisd was. Uiteindelijk hebben van de 326 bedrijven 69 ondernemers de enquête ingevuld, waarmee de respons op 21,2% is uit gekomen.

Tabel 4.5 Verdeling bij de bedrijfsadressen waar open is gedaan

| | Enquête in ontvangst genomen | Bedrijf is opgeheven | Bedrijf is verhuisd | Bedrijf niet in Stedenwijk gevestigd | Wil niet mee werken | Totaal |
|--------------------------|------------------------------|----------------------|---------------------|--------------------------------------|---------------------|--------|
| <i>Stedenwijk-Noord</i> | 20 | 6 | 6 | 0 | 0 | 32 |
| <i>Stedenwijk-Midden</i> | 90 | 26 | 3 | 2 | 6 | 127 |
| Totaal | 110 | 32 | 9 | 2 | 6 | 159 |

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

In tabel 4.6 is de verdeling van de responsgroep weergegeven met daarin vermeld de (non) respons afgezet tegen de situatie of een enquête wel of niet persoonlijk in ontvangst is genomen. Wanneer de enquête in ontvangst is genomen is de respons het hoogst. Dit is te verklaren doordat bij deze adressen een gesprek kon worden gevoerd met de ondernemer of partner van de ondernemer en hem/haar zo kon prikkelen om de enquête in te vullen.

Tabel 4.6 Overzicht respons verdeeld naar (niet) open gedaan tijdens afgeven enquêtes

| | Respons | Non respons | Totaal |
|---------------------------------------|---------|-------------|--------|
| Enquête in ontvangst genomen | 51 | 59 | 110 |
| <i>% binnen situatie enquête</i> | 46 | 54 | 100 |
| <i>% binnen (non) respons</i> | 74 | 23 | 34 |
| Enquête in brievenbus gestopt | 18 | 192 | 210 |
| <i>% binnen situatie enquête</i> | 9 | 91 | 100 |
| <i>% binnen (non) respons</i> | 26 | 75 | 64 |
| Wil niet mee werken aan het onderzoek | 0 | 6 | 6 |
| <i>% binnen situatie enquête</i> | 0 | 100 | 100 |
| <i>% binnen (non) respons</i> | 0 | 2 | 2 |
| Totaal | 69 | 257 | 326 |
| <i>% binnen situatie enquête</i> | 21 | 79 | 100 |
| <i>% binnen (non) respons</i> | 100 | 100 | 100 |

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

4.3.6 Representativiteit van de responsgroep

Om uitspraken te kunnen doen over alle bedrijven in Stedenwijk moet eerst worden gekeken naar de representativiteit van de respondenten ten opzichte van de totale populatie, de 326 bedrijven in Stedenwijk. Daarmee is nagegaan of de responsgroep representatief is voor de gehele populatie. Er is een vergelijking gemaakt voor drie kenmerken waar gegevens voor zowel de responsgroep als de populatie beschikbaar zijn: sector, bedrijfsomvang en (on)zichtbaarheid. Daarbij waren gegevens over de sector en

de bedrijfsomvang afkomstig uit het handelsregister van de Kamer van Koophandel. Gegevens over de (on)zichtbaarheid van bedrijven zijn door de onderzoeker bijgehouden tijdens het afgeven van de enquêtes. Een bedrijf werd als zichtbaar gekenmerkt wanneer het bedrijf zichtbaar was vanaf de straat door bijvoorbeeld een naamplaatje⁴.

Sector

In tabel 4.7 is de representativiteit weergegeven van de groep van 69 respondenten, de responsgroep, naar sector. In de tabel is aan de percentages te zien dat voor geen van de sectoren sprake is van een volledige representativiteit. Zo komt de bouwnijverheid in de responsgroep minder vaak voor dan in de gehele populatie, en geldt het omgekeerde voor de sector zakelijke dienstverlening.

De resultaten van de statistische analyse, de Chi-Kwadraat goodness-of-fit toets, die test of deze verschillen tussen de percentages op toeval berusten, wijzen echter uit dat de verdeling in de responsgroep niet significant verschilt van de verdeling in de populatie. Daarom kan worden gesproken van een representatieve responsgroep wat betreft de sectorverdeling van de bedrijven.

Tabel 4.7: Representativiteit responsgroep naar sector

| | Aantal bedrijven in steekproef | Aandeel bedrijven in steekproef (%) | Aantal bedrijven in populatie | Aandeel bedrijven in populatie (%) |
|---------------------------------|---------------------------------------|--|--------------------------------------|---|
| Bouwnijverheid | 7 | 10,1 | 53 | 16,3 |
| Zakelijke dienstverlening | 35 | 50,7 | 159 | 48,6 |
| Detailhandel | 6 | 8,7 | 32 | 9,9 |
| Cultuur, recreatie en onderwijs | 8 | 11,6 | 34 | 10,4 |
| Horeca | 1 | 1,4 | 13 | 4,0 |
| Gezondheids- en welzijnszorg | 12 | 17,5 | 35 | 10,8 |
| Totaal | 69 | 100 | 326 | 100 |

Chi²=5,781; p=0,328

Bron: Kamer van Koophandel, 2010

Bedrijfsomvang

In tabel 4.8 is de representativiteit van de responsgroep naar het aantal werknemers te zien. Met name de groep uit de responsgroep met 0 werknemers/partners is ondervertegenwoordigd ten opzichte van de populatie. De groep uit de responsgroep met 2 of meer werknemers/partners is oververtegenwoordigd ten opzichte van de populatie.

Tabel 4.8: Representativiteit responsgroep naar het aantal werknemers/partners

| | Aantal bedrijven in steekproef | Aandeel bedrijven in steekproef (%) | Aantal bedrijven in populatie | Aandeel bedrijven in populatie (%) |
|-------------------------------|---------------------------------------|--|--------------------------------------|---|
| 0 werknemers/partners | 49 | 70,2 | 278 | 85,3 |
| 1 werknemer/partner | 9 | 16,4 | 30 | 9,2 |
| 2 of meer werknemers/partners | 11 | 13,4 | 18 | 5,5 |
| Totaal | 69 | 100 | 326 | 100 |

Chi²=16,332; p=0,000

Bron: Kamer van Koophandel, 2010

De statistische analyse, de Chi-Kwadraat goodness-of-fit toets, wijst uit dat de responsgroep wat betreft bedrijfsomvang niet representatief is. Dit is te zien aan de

⁴ Of een bedrijf zichtbaar is of niet is in dit onderzoek gemeten aan de hand van een brede definitie. Een naamplaatje van het bedrijf is voldoende om het bedrijf als zichtbaar aan te merken.

significantiewaarde van 0,000 (De Vocht, 2009). De kans dat de omvang van de ondervraagde bedrijven toevallig afwijkt van de populatie is te klein.

Er zijn een aantal mogelijke verklaringen voor het niet representatief zijn van de ondervraagde bedrijven naar het aantal werknemers/partners. Ten eerste hebben de bedrijven in Stedenwijk met 1 of meer werknemers/partners relatief vaker een toonbankfunctie dan bedrijven met 0 werknemers/partners. Bedrijven met een toonbankfunctie zijn bedrijven die een lokaal verzorgende functie hebben. Dit zorgde ervoor dat de onderzoeker de enquête kon afgeven aan een persoon en in een gesprek de persoon kon overtuigen om de enquête in te vullen. Ten tweede hebben ondernemers zonder werknemers/partners waarschijnlijk minder tijd om een enquête in te vullen dan ondernemers met werknemers/partners. Met werknemers/partners kunnen werkzaamheden worden verdeeld en komt niet al het werk op één persoon neer. Tot slot is het bestand van de Kamer van Koophandel niet actueel. Er wordt elk jaar aan ondernemers gevraagd hoeveel werknemers ze op dat moment in dienst hebben, maar ze zijn niet verplicht dit door te geven aan de Kamer van Koophandel. Het is dus aannemelijk dat een aantal bedrijven, sinds de inschrijfdatum, is gegroeid qua aantal werknemers.

(On)zichtbaarheid

In tabel 4.9 is de representativiteit van de responsgroep naar de (on)zichtbaarheid van bedrijven weergegeven. Op basis van de percentages is te zien dat de zichtbare bedrijven uit de responsgroep oververtegenwoordigd zijn ten opzichte van de hele populatie in Stedenwijk.

Tabel 4.9: Representativiteit responsgroep naar (on)zichtbaarheid

| | Aantal bedrijven in steekproef | Aandeel bedrijven in steekproef (%) | Aandeel bedrijven in populatie | Aandeel bedrijven in populatie (%) |
|------------------------|---|--|---|---|
| Bedrijf is zichtbaar | 26 | 37,7 | 70 | 21,5 |
| Bedrijf is onzichtbaar | 43 | 62,3 | 256 | 78,5 |
| Totaal | 69 | 100 | 326 | 100 |

$\text{Chi}^2=10,755$; $p=0,001$

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

De resultaten van de Chi-Kwadrat goodness-of-fit toets ondersteunen de hierboven beschreven bevindingen. Met een waarde van 0,001 valt de significantie onder de grenswaarde van 0,05. Geconcludeerd kan worden dat de 69 bedrijven uit de responsgroep niet representatief is voor de 326 bedrijven uit de populatie voor wat betreft zichtbaarheid vanaf de straat. Er zijn relatief gezien te veel zichtbare bedrijven in de responsgroep.

Verklaringen voor het niet representatief zijn van de responsgroep voor (on)zichtbaarheid moeten in dezelfde richting worden gezocht als bij het niet representatief zijn van de responsgroep voor de bedrijfsomvang. Bedrijven die meerdere werknemers/partners (in dienst) hebben die relatief vaker een toonbankfunctie vervullen zullen ook relatief vaker zichtbaar zijn. Aannemelijk is dat een samenhang bestaat tussen (on)zichtbaarheid van bedrijven en het al dan niet hebben van werknemers/partners. Verklaringen zijn ook hier dat zichtbare bedrijven relatief vaker een toonbankfunctie hebben en dat hierdoor de enquête kon worden afgegeven met een overtuigend gesprek om de enquête in te vullen. Daarnaast zullen zichtbare bedrijven meer tijd hebben om een enquête in te vullen doordat vaak meerdere personen werkzaam zijn in het bedrijf en taken verdeeld kunnen worden.

4.3.7 Gehanteerde analyses

Om te achterhalen welke 9 kenmerken van wijk economie samenhangen met de bijdrage van bedrijven en ondernemers aan de leefbaarheid in Stedenwijk, is in dit onderzoek allereerst gekozen voor een stapsgewijze aanpak. Allereerst wordt de Chi-Kwadraat toets⁵ uitgevoerd. Met deze toets kan op basis van statistische significantie worden beoordeeld of de samenhang tussen twee factoren gebaseerd is op toeval⁶. Wanneer een verband betekenisvol is en dus niet op toeval berust, wordt naar de associatiemaat Cramer's V gekeken. Dit is een maat die de sterkte van het verband meet, waarbij 0 inhoudt dat er geen verband aanwezig is en 1 een perfect verband (De Vocht, 2006). Vervolgens wordt met de factoren van wijk economie die een betekenisvol verband vertonen met de indicatoren van leefbaarheid multipele regressieanalyse uitgevoerd. Vanwege de dichotome antwoordcategorieën van de leefbaarheidsindicator 'ontmoetingsplek' is gekozen voor logistische regressieanalyse. Dit houdt in dat slechts twee antwoorden mogelijk zijn waardoor lineaire regressie niet mogelijk is omdat niet tot een lineaire regressielijn kan worden gekomen (De Vocht, 2006). De overige drie afhankelijke factoren 'voorziening voor de wijk', 'actieve bijdrage' en 'levendigheid' zijn van een ordinaal meetniveau. Deze afhankelijke factoren zijn dichotoom gemaakt door antwoordcategorieën samen te voegen tot twee categorieën, waardoor ook met deze factoren logistische regressie kan worden uitgevoerd.

Met logistische regressie analyse wordt op basis van de onafhankelijke factoren de kans berekend op één van de twee categorieën van de afhankelijke factor (De Vocht, 2006). De afhankelijke factor wordt dus gezien als een kans, bijvoorbeeld de kans dat een bedrijf wel of niet als ontmoetingsplek fungeert. Dit is uit te drukken in een getal tussen de 0 en 1, waarbij 0 inhoudt dat een bedrijf of ondernemer het kenmerk niet bezit en 1 dat een bedrijf of ondernemer het kenmerk wel bezit (Field, 2009; De Vocht, 2006).

Voordat de logistische regressie analyse is uitgevoerd, zijn de factoren getoetst op de gestelde randvoorwaarden. Controles tonen aan dat de afhankelijke en onafhankelijke factoren van het juiste meetniveau zijn, de verbanden theoretisch causaal zijn, er een lineaire relatie bestaat tussen de continue factoren (factoren van een interval of ratio meetniveau) en de logit van de afhankelijke factor en dat er geen sprake is van multicollineariteit (zie bijlage VI).

Een laatste keuze die gemaakt moest worden, is de keuze voor het type logistische regressie analyse: de Enter of de Stepwise methode. De Enter methode wordt gebruikt wanneer verbanden theoretisch causaal zijn. De hypothesen uit dit onderzoek zijn theoretisch gegrond en zullen met de Enter methode worden getoetst. Naast het toetsen van de hypothesen, worden ook verbanden getoetst die niet theoretisch gegrond zijn. Bij deze meer exploratieve analyses wordt gewerkt met de Stepwise methode (Field, 2009). Hierbij wordt per stap een onafhankelijke factor in het model opgenomen op basis van de relatieve samenhang met de afhankelijke factor. Dit houdt in dat per stap de factor wordt toegevoegd met de kleinste p-waarde. Dit proces stopt wanneer alle factoren zijn toegevoegd met een p-waarde kleiner dan $\alpha \leq 0,1$ (Field, 2009).

4.4 Conclusie

In dit hoofdstuk zijn de verschillende onderzoeksmethoden beschreven, waarbij de nadruk ligt op de kwantitatieve empirische gedeelte van het onderzoek. Dit is uitgevoerd op basis van de gegevens uit een schriftelijke enquête die is afgenomen onder ondernemers met een bedrijf in Stedenwijk. Uiteindelijk hebben 69 ondernemers (21,2%) de enquête ingevuld; dit is binnen de sociale wetenschappen een redelijk hoge

⁵ Bij de Chi-Kwadraat analyse werd geregeld niet voldaan aan de verwachte celfrequentie van minimaal 5. Om toch aan de minimale eisen te voldoen, en zodoende een geldige Chi-Kwadraat toets uit te kunnen voeren, zijn enkele antwoordcategorieën samengevoegd.

⁶ Hierbij wordt een betrouwbaarheidsinterval van 90% gehanteerd ($\alpha \leq 0,1$)

respons. Echter, gezien de maatregelen die zijn genomen om de respons te verhogen valt het tegen. Voorbeelden van maatregelen zijn: een aankondigingsbrief, een prijs bij deelname en het bellen van ondernemers waar de enquête was afgegeven maar die de enquête nog niet hadden geretourneerd. De responsgroep is in verhouding met de totale populatie representatief naar sector. Wat betreft het aantal werknemers in dienst en de (on)zichtbaarheid van het bedrijf is de responsgroep, in verhouding met de populatie, niet representatief. Een laatste concluderende opmerking is dat het bestand met de bedrijfsadressen, afkomstig uit het handelsregister van de Kamer van Koophandel, niet foutloos is. Dit moet bij de statistische analyses in de volgende hoofdstukken in gedachten worden gehouden.

Hoofdstuk 5. Stedenwijk: samenhang tussen leefbaarheid en wijk economie

5.1 Inleiding

Er bestaat onduidelijkheid over de relatie tussen leefbaarheid en wijk economie in Stedenwijk. In dit hoofdstuk wordt daarom gekeken in hoeverre kenmerken van bedrijven en ondernemers samenhangen met de bijdrage van bedrijven en ondernemers aan de lokale leefbaarheid. Via een empirisch onderzoek wordt bijvoorbeeld gekeken of de vestigingsduur van een bedrijf in Stedenwijk betekenisvol samenhangt met de mate waarin het bedrijf dient als ontmoetingsplek.

In welke mate dragen bedrijven en ondernemers bij aan de leefbaarheid van Stedenwijk? Dat laat paragraaf 5.2 zien. Vervolgens toetsen paragraaf 5.3 en 5.4 welke factoren van wijk economie samenhangen met de leefbaarheid van Stedenwijk. In paragraaf 5.5 wordt in de multivariate analyse duidelijk welke kenmerken van wijk economie de meest zuivere samenhang vertonen met de indicatoren van leefbaarheid. Tot slot wordt een korte conclusie gegeven.

5.2 De bijdrage van bedrijven en ondernemers aan de leefbaarheid in Stedenwijk

Uit de literatuur blijkt dat bedrijven en ondernemers op vier manieren kunnen bijdragen aan de lokale leefbaarheid van een wijk. Dit kan door middel van een voorziening of ontmoetingsplek te zijn voor de wijk, een ondernemer die zich actief inzet voor de wijk en, als laatste, doordat een bedrijf een bijdrage levert aan een levendige wijk. In welke mate de bedrijven en ondernemers in Stedenwijk door één of meerdere van de beschreven manieren bijdragen aan de leefbaarheid van Stedenwijk wordt in deze paragraaf helder.

Het bedrijf als voorziening voor de wijk

Uit eerder onderzoek blijkt dat wijkvoorzieningen, zoals een bakker en een kinderdagverblijf, van invloed zijn op de woonkwaliteit en daarmee op de leefbaarheid van een wijk (Bulterman, 2008). Daarbij wordt aangenomen dat klanten het prettig vinden als ze dicht in de buurt van hun woning kunnen consumeren. De vraag of bedrijven in Stedenwijk een wijkvoorziening zijn, is daarom gemeten aan de hand van het percentage klanten dat volgens de ondernemer uit Stedenwijk komt.

Tabel 5.1 Aandeel klanten uit Stedenwijk (N=64⁷)

| Klanten uit Stedenwijk | Aantal bedrijven in % |
|------------------------|-----------------------|
| Minder dan 25% | 72 |
| 25% - 50% | 14 |
| 50% | 6 |
| 50% - 75% | 2 |
| Meer dan 75% | 6 |
| Totaal | 100 |

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

⁷ Belangrijk om op te merken is dat binnen dit onderzoek niet bij alle vragen sprake is van N=69. Dit komt door een item non-respons bij sommige vragen uit de enquête, sommige ondernemers hebben (abusievelijk) niet of verkeerd een vraag ingevuld.

Op basis van de enquête blijkt dat bedrijven uit Stedenwijk voornamelijk klanten van buiten Stedenwijk hebben: 72% van de ondernemers geeft aan dat van haar klanten minder dan 25% uit Stedenwijk komt (zie tabel 5.1).

Het bedrijf als ontmoetingsplek

Bedrijven kunnen als ontmoetingsplek fungeren voor bewoners, klanten en toeleveranciers. Deze ontmoetingsfunctie zorgt voor een positieve bijdrage aan de leefbaarheid doordat op deze plaatsen sociale interactie kan plaatsvinden en een gemeenschapsgevoel kan ontstaan (Aalders et al., 2008; Blokland, 2009; Hagens et al., 2009). In Stedenwijk blijkt dat de meerderheid van de bedrijven (82%) niet als ontmoetingsplek dient (zie tabel 5.2). Mogelijk hangt dit samen met het feit dat de bedrijven nauwelijks klanten uit Stedenwijk hebben. Immers, wanneer het bedrijf geen klanten uit Stedenwijk heeft, zal het hoogstwaarschijnlijk ook niet als ontmoetingsplek fungeren.

Tabel 5.2 Het bieden van een ontmoetingsplek voor klanten (N=67)

| Ontmoetingsplek | Aantal bedrijven in % |
|------------------------|------------------------------|
| Ja | 18 |
| Nee | 82 |
| Totaal | 100 |

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

De actieve bijdrage van ondernemers voor de wijk

Lokale ondernemers kunnen positief bijdragen aan de leefbaarheid van een wijk doordat ze investeren in lokale zaken op sociaal gebied (Aalders et al., 2008; Hagens et al., 2009). Een voorbeeld van een sociale investering is het bijwonen van wijkbijeenkomsten of inspraakavonden (Hagens et al., 2009). In dit onderzoek is de actieve bijdrage gemeten aan de hand van negen stellingen.

In tabel 5.3 is weergegeven hoe de respondenten hebben geantwoord op de negen stellingen. Opvallend is dat ondernemers zelden subsidies aanvragen, nauwelijks het stadsdeelkantoor of wijkkantoor van de corporatie bezoeken en amper bijdragen aan het organiseren van wijkactiviteiten. Daarentegen dragen de ondernemers wel bij aan de lokale leefbaarheid door de openbare ruimtes rondom het bedrijf schoon te houden: 71% geeft aan dit vaak tot zeer vaak te doen. Daarnaast spreken ondernemers anderen aan op onacceptabel gedrag, melden ze soms klachten en wonen ze af en toe een bijeenkomst bij over Stedenwijk. Een mogelijke verklaring voor de bijdrage die ondernemers leveren aan Stedenwijk is dat deze bijdragen allereerst gunstig zijn voor de leefbaarheid maar bovenal gunstig zijn voor het bedrijf of de ondernemer zelf. Blijkbaar is het zo dat een activiteit nauwelijks wordt ondernomen indien die niet tot een voordeel voor de ondernemer leidt, hoewel die wel zou kunnen bijdragen aan de lokale leefbaarheid. Deze mogelijke verklaring komt voort uit de gedachte dat een individu handelt uit eigenbelang (Elchardus, 2007). Elk ondernemer kiest dus de meest gunstige optie voor zichzelf.

Om een indicatie te geven van de gemiddelde scores en de spreiding, zijn in tabel 5.3 ook de gemiddelden en standaarddeviaties per stelling weergegeven. Hieraan is te zien dat vooral het meedoen aan vrijwilligersactiviteiten een grote spreiding kent (σ van 1,6). De waarde van Cronbach's Alpha berekent de samenhang tussen de stellingen. Cronbach's Alpha is hier 0,777, dit duidt op een sterke samenhang.

Tabel 5.3 Actieve bijdrage van lokale ondernemers aan de lokale leefbaarheid van Stedenwijk

| | Nooit (in %) | Vrijwel nooit (in %) | Soms (in %) | Vaak (in %) | Heel vaak (in %) | Totaal (in %) | N | μ | σ |
|---|-------------------------|-------------------------------------|----------------------------|------------------------|---------------------------------|--------------------------|----------|----------|----------|
| A. Ik woon vergaderingen, inspraakavonden of informatiebijeenkomsten over Stedenwijk bij. | 46 | 20 | 25 | 4 | 5 | 100 | 68 | 2,6 | 1,2 |
| B. Ik meld klachten over Stedenwijk bij lokale autoriteiten, zoals politie, wijkagent of gemeentebestuurders. | 24 | 15 | 48 | 7 | 6 | 100 | 67 | 2,6 | 1,1 |
| C. Ik bezoek wijkactiviteiten zoals feesten, barbecues en wijkuitjes. | 41 | 30 | 15 | 8 | 6 | 100 | 65 | 2,1 | 1,2 |
| D. Ik vraag subsidie(s) aan voor een wijkproject(en). | 84 | 9 | 3 | 2 | 2 | 100 | 66 | 1,3 | 0,9 |
| E. Ik bezoek het stadsdeelkantoor of wijkkantoor van de corporatie. | 73 | 17 | 9 | 1 | 0 | 100 | 69 | 1,4 | 0,7 |
| F. Ik doe vrijwilligerswerk in Stedenwijk. | 62 | 13 | 15 | 6 | 4 | 100 | 68 | 1,9 | 1,6 |
| G. Ik draag als ondernemer bij aan het organiseren van wijkactiviteiten zoals feesten, barbecues en wijkuitjes. | 67 | 16 | 13 | 3 | 1 | 100 | 69 | 1,6 | 0,9 |
| H. Ik spreek anderen aan op onacceptabel gedrag in Stedenwijk. | 16 | 19 | 55 | 7 | 3 | 100 | 69 | 2,6 | 0,9 |
| I. Ik houd de straat / openbare ruimte rond mijn onderneming schoon. | 6 | 1 | 22 | 44 | 27 | 100 | 69 | 3,9 | 1,0 |

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

De stellingen in tabel 5.3 weergegeven meten de actieve bijdrage van de ondernemer aan de wijk. Om verdere analyses te kunnen uitvoeren is het noodzakelijk om van deze negen stellingen één indicator 'actieve bijdrage van de ondernemer aan de wijk' te maken (zie tabel 5.4). Hiervoor zijn de scores van de negen stellingen bij elkaar opgeteld waarbij de categorie 'nooit' score 1 heeft en de categorie 'heel vaak' de score 5. Elke respondent kan dus een minimumscore van 9 en een maximumscore van 45 hebben. Vervolgens is de gemiddelde score van de 69 respondenten berekend ($\mu=19$) en is besloten om respondenten die binnen een halve standaard deviatie boven en beneden het gemiddelde vallen te rekenen tot de respondenten die een gemiddelde bijdrage leveren aan de leefbaarheid van Stedenwijk, waarbij een halve standaarddeviatie ongeveer 3 betreft. Dit zijn dus de respondenten met een score van 16 t/m 22. Scores lager dan 16 worden gerekend tot de categorie 'kleine bijdrage aan de wijk' en scores hoger dan 22 worden gerekend tot de categorie 'grote bijdrage aan de wijk'.

Tabel 5.4 Actieve bijdrage van ondernemers in Stedenwijk

| | Kleine bijdrage aan de wijk | Gemiddelde bijdrage aan de wijk | Grote bijdrage aan de wijk | N | μ | σ |
|--|--|--|---|----------|----------|----------|
| Actieve bijdrage van de ondernemer aan de wijk | 28% | 49% | 23% | 69 | 19 | 6,05 |

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

Bijdrage aan een levendige wijk

Uit eerder onderzoek blijkt dat bedrijven en ondernemers positief kunnen bijdragen aan de leefbaarheid doordat ze voor levendigheid in de wijk zorgen (Rozema & Oude Groeniger, 2008; VROM-Raad, 2006). Deze levendigheid ontstaat onder andere doordat bewoners de straat op gaan om lokale bedrijven te bezoeken. In dit onderzoek is de factor 'levendigheid' gemeten aan de hand van de vraag hoe vaak bedrijven volgens de ondernemer klanten op bezoek hebben.

Op basis van de enquêtegegevens blijkt dat de meerderheid van de bedrijven in Stedenwijk zeer zelden of nooit een klant over de vloer heeft (zie tabel 5.5). Opvallend is de duidelijke tweedeling binnen de frequenties van het klantbezoek. Ofwel de bedrijven in Stedenwijk hebben zelden tot nooit een klant op bezoek, of ze hebben op zijn minst enkele keren per week een klant op bezoek. Daarnaast wordt wijkconomie voornamelijk geassocieerd met winkels, terwijl er relatief weinig winkels in Stedenwijk zijn. Toch heeft een derde deel van de bedrijven, meer dan het aantal winkels in Stedenwijk, per week 1 of meer klanten op bezoek. In Stedenwijk kan men daarom tevreden zijn over de bedrijven vanwege het feit dat ze voor levendigheid in de wijk zorgen. Juist ook de bedrijven die geen winkel zijn, dragen bij aan een levendige wijk.

Tabel 5.5 Aantal klantbezoeken (N=67)

| Aantal klantbezoeken | Aantal bedrijven in % |
|---|------------------------------|
| Dagelijks meer dan 5 klanten | 16 |
| Dagelijks, maar niet meer dan 5 klanten | 3 |
| Enkele keren per week | 12 |
| Eens in de twee weken | 4 |
| Hoogstens 1 klant per maand | 5 |
| Zeer zelden of nooit | 60 |
| Totaal | 100 |

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

5.3 Hoe hangen bedrijfskenmerken samen met de lokale leefbaarheid in Stedenwijk?

Uit de literatuurstudie zijn vijf bedrijfskenmerken naar voren gekomen die samenhang vertonen met de bijdrage die bedrijven en ondernemers leveren aan de lokale leefbaarheid. In deze paragraaf wordt aan de hand van de hypothesen onderzocht voor welke bedrijfskenmerken dit ook voor Stedenwijk geldt.

5.3.1 Sociaal-economische binding van het bedrijf aan de wijk

Bij het gebonden zijn aan de wijk in sociaal-economisch opzicht spelen de netwerken van ondernemers een rol (Bulterman, 2006). Denk hierbij aan contacten met klanten, werknemers en toeleveranciers. Ook contacten met andere bedrijven in de directe omgeving kan een bedrijf binden aan de wijk. De hypothese die hierbij is gemaakt luidt als volgt:

'Hoe groter de sociaal-economische binding van het bedrijf aan de wijk, des te groter de actieve bijdrage van de ondernemer aan de wijk.'

De sociaal-economische binding van een bedrijf aan Stedenwijk bestaat uit meerdere factoren. Namelijk de herkomstlocatie van klanten en toeleveranciers, het aantal werknemers in dienst en de frequentie en het aantal contacten dat de ondernemer heeft met andere ondernemers uit de wijk.

Allereerst de herkomstlocatie van klanten en toeleveranciers. Wanneer bedrijven op lokaal niveau klanten en toeleveranciers hebben, zullen ze eerder gebonden zijn aan de wijk dan wanneer klanten en toeleveranciers zich op nationaal niveau bevinden. Ten

tweede de situatie of een ondernemer werknemers in dienst heeft en zo ja, of deze werknemers afkomstig zijn uit Stedenwijk. Uit onderzoek blijkt dat het in dienst hebben van werknemers zorgt voor een grotere lokale binding. Dit effect wordt versterkt wanneer deze werknemers uit dezelfde wijk komen als waar het bedrijf is gevestigd (Bulterman, 2006). Als gevolg van het lage aantal bedrijven met werknemers in dienst, is deze vraag door te weinig respondenten ingevuld om dit effect in dit onderzoek te kunnen toetsen. Ten derde is aan de respondenten naar het aantal en de frequentie van contacten met andere bedrijven in Stedenwijk gevraagd. Wanneer een ondernemer frequent contacten heeft met andere Stedenwijkse bedrijven, zal het bedrijf meer gebonden zijn aan de wijk dan bedrijven die niet frequent contacten hebben.

Met deze vragen is gemeten of de sociaal-economische binding van een bedrijf in Stedenwijk samenhangt met de actieve bijdrage die de ondernemer levert aan de wijk. Echter, geen van de hypothetische relaties tussen wijk economie en leefbaarheid wordt in het empirisch onderzoek teruggevonden (zie tabel 5.6). Het maakt dus niet uit voor de mate van sociaal-economische binding van een bedrijf aan de wijk waar klanten, toeleveranciers of werknemers zijn gevestigd, of hoeveel en hoe vaak bedrijven uit Stedenwijk onderling contact met elkaar hebben. Dit is opmerkelijk omdat in het onderzoek van Bulterman (2006) het tegenovergestelde wordt beweerd.

Tabel 5.6 Sociaal-economische binding en de actieve bijdrage aan leefbaarheid

| | Actieve bijdrage aan leefbaarheid? | | | | N |
|--|------------------------------------|---------------------------|----------------------------|------------|----|
| | Kleine actieve bijdrage (%) | Gem. actieve bijdrage (%) | Grote actieve bijdrage (%) | Totaal (%) | |
| Herkomstlocatie klanten | | | | | 66 |
| • In Almere | 18 | 64 | 18 | 100 | 22 |
| • Buiten Almere | 29 | 46 | 25 | 100 | 44 |
| $\chi^2=1,976$; $p=0,372$ | | | | | |
| Herkomstlocatie toeleveranciers | | | | | 57 |
| • In Almere | 0 | 78 | 22 | 100 | 9 |
| • Buiten Almere | 29 | 46 | 25 | 100 | 48 |
| $\chi^2=4,169$; $p=0,124$ # | | | | | |
| Werknemers in dienst? | | | | | 67 |
| • Ja | 25 | 50 | 25 | 100 | 12 |
| • Nee | 27 | 51 | 22 | 100 | 55 |
| $\chi^2=0,065$; $p=0,968$ # | | | | | |
| Met hoeveel Stedenwijkse bedrijven contact? | | | | | 66 |
| • 0 bedrijven | 29 | 51 | 20 | 100 | 49 |
| • 1 of meer bedrijven | 24 | 47 | 29 | 100 | 17 |
| $\chi^2=0,607$; $p=0,738$ # | | | | | |
| Hoe vaak contact met Stedenwijkse bedrijven? | | | | | 18 |
| • Vaker dan eens in de 3 maanden | 14 | 43 | 43 | 100 | 7 |
| • Eens in de 3 maanden of minder | 27 | 55 | 18 | 100 | 11 |
| $\chi^2=1,379$; $p=0,502$ # | | | | | |

#=Er wordt niet aan de eisen van χ^2 toets voldaan: de verwachte celfrequentie is kleiner dan 5

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

5.3.2 Vestigingsduur van het bedrijf in de wijk

Fysieke, sociale en economische redenen kunnen ten grondslag liggen aan een binding van het bedrijf aan de wijk (Bulterman, 2006). Interessant is de vraag of langer gevestigde bedrijven meer bijdragen aan de leefbaarheid dan korter gevestigde bedrijven. Vanuit deze nieuwsgierigheid is de volgende hypothese opgesteld:

'Gecontroleerd voor sector, hangt een relatief lange vestigingsduur van een bedrijf positief samen met de bezoekfrequentie.'

Om de fysieke binding van Stedenwijkse bedrijven te achterhalen is gevraagd naar de vestigingsduur van het bedrijf in Stedenwijk. Hiermee is gemeten of het antwoord op deze vraag een betekenisvol verband vertoont met de bijdrage die bedrijven en ondernemers leveren aan de leefbaarheid in de vorm van een levendige wijk. Er blijkt dat het verband er inderdaad toe doet. Dit houdt in dat een relatie bestaat tussen een relatief lange vestigingsduur van een bedrijf en het bijdragen aan een levendige wijk in de vorm van een relatief hoge bezoekfrequentie. Daarbij is de samenhang redelijk sterk van aard. Tabel 5.7 toont dat tweederde van de oudere bedrijven (≥ 6 jaar) daadwerkelijk klanten over de vloer heeft. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat bedrijven die langere tijd in de wijk zijn gevestigd meer naamsbekendheid genereren en een langere periode de tijd hebben gehad om een klantenkring op te bouwen dan bedrijven die kortere tijd in de wijk zitten. Met andere woorden, een bedrijf is hierdoor meer verankerd (*embedded*) in de wijk (Granovetter, 1985). Daarnaast is gekeken of het verband sectorafhankelijk is, maar dit blijkt niet het geval te zijn (zie tabel 5.7). Het verband blijkt zowel voor bedrijven uit de zakelijke dienstverlening, als uit de sector 'overig' (o.a. detailhandel, gezondheids- en welzijnzorg, horeca en bouwnijverheid) te gelden. Kortom, een langere vestigingsduur van een bedrijf in Stedenwijk hangt samen met een meer levendige wijk. De hypothese wordt daarom niet verworpen.

Tabel 5.7 Vestigingsduur en levendigheid in de wijk

| | Aantal klantbezoeken in het bedrijf | | | |
|---|-------------------------------------|--------------------------|----------|----|
| | Minimaal 1 klant per maand (%) | Zeer zelden of nooit (%) | Totaal % | N |
| Sector 'zakelijke dienstverlening' | | | | |
| Vestigingsduur van het bedrijf in Stedenwijk | | | | 33 |
| • ≤ 5 jaar | 5 | 95 | 100 | 20 |
| • ≥ 6 jaar | 38 | 62 | 100 | 13 |
| $\chi^2=5,930$; $p=0,015$; Cramer's $V=0,499$ | | | | |
| Sector 'overig' | | | | |
| Vestigingsduur van het bedrijf in Stedenwijk | | | | 34 |
| • ≤ 5 jaar | 39 | 61 | 100 | 18 |
| • ≥ 6 jaar | 88 | 12 | 100 | 16 |
| $\chi^2=8,476$; $p=0,004$; Cramer's $V=0,449$ | | | | |

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

5.3.3 Investerings in het bedrijfspand

Wanneer ondernemers investeren in de buitenkant van hun bedrijfspand zal dit het aanzicht van een pand ten goede komen. De leefbaarheid krijgt hierdoor een positieve impuls (Aalders et al., 2008). Ook wanneer een bedrijf een toonbankfunctie heeft en de ondernemer investeert in de binnenkant van het pand, zal dit de leefbaarheid verbeteren. De leefbaarheid verbetert doordat aantrekkelijke bedrijfspanden leiden tot meer bezoekers en dus meer levendigheid op straat. Vanuit dit idee is de volgende hypothese opgesteld:

'Ondernemers die hebben geïnvesteerd in hun bedrijfspand, de binnen en/of buitenkant, vertonen een positieve relatie met het leveren van een bijdrage aan een levendige wijk.'

De Stedenwijkse ondernemers is gevraagd of ze in hun bedrijfspand hebben geïnvesteerd. Met andere woorden, vertoont investeren in het bedrijfspand een betekenisvol verband met de mate van levendigheid in de wijk? Uit de empirische analyse blijkt dat dit het geval is. Bedrijven die geïnvesteerd hebben in hun bedrijfspand,

hebben opmerkelijk vaker een klant op bezoek dan ondernemers die niet hebben geïnvesteerd in hun bedrijfspand (zie tabel 5.8). Echter, de redenering zou ook andersom kunnen lopen: wanneer bedrijven relatief veel klanten op bezoek hebben, wordt het steeds belangrijker dat het bedrijfspand er goed uit ziet om deze klanten te behouden of meer klanten aan te trekken. De hypothese wordt niet verworpen en geconcludeerd kan worden dat een positieve relatie bestaat tussen bedrijfspanden waar in is geïnvesteerd en de bijdrage aan een levendige wijk.

Tabel 5.8 Ondernemer die hebben geïnvesteerd in hun bedrijfspand en levendigheid in de wijk

| | Aantal klantbezoeken in het bedrijf | | | |
|-------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|----------|----|
| | Minimaal 1 klant per maand (%) | Zeër zelden of nooit (%) | Totaal % | N |
| Geïnvesteerd in bedrijfspand? | | | | 66 |
| • Ja | 64 | 36 | 100 | 22 |
| • Nee | 27 | 73 | 100 | 44 |

$\chi^2=8,123$; $p=0,004$; Cramer's $V=0,351$

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

5.3.4 De sector waarin het bedrijf actief is

Of de sector waarin een bedrijf opereert, verband houdt met de mate van bijdrage aan de leefbaarheid is binnen de literatuur onduidelijk. Enerzijds blijkt uit een studie van Schutjens en Steenbeek (2010) in een landsdekkend onderzoek dat de mate van bijdrage aan lokale leefbaarheid varieert tussen sectoren. In hun onderzoek dragen de industrie, bouw en horeca in mindere mate bij aan de leefbaarheid ten opzichte van de detailhandel. Deze laatste sector draagt juist bij aan de leefbaarheid doordat de detailhandel vaak als ontmoetingsplek fungeert. Anderzijds geven Aalders et al. (2008) in een onderzoek onder drie Amsterdamse krachtwijken aan dat een sector waarin het bedrijf actief is juist geen verband houdt met de bijdrage aan de leefbaarheid. De onderstaande hypothese is opgesteld om te toetsen of sector een betekenisvol verband vertoont met de bijdrage die bedrijven leveren aan de leefbaarheid door het zijn van een voorziening voor de wijk.

'De sector waarin een bedrijf actief is, is bepalend voor de mate waarin een bedrijf een voorziening is voor de wijk gemeten naar het aantal lokale klanten.'

In Stedenwijk blijkt een verband te bestaan tussen de sector en de mate waarin een bedrijf een voorziening is voor de wijk. Zoals tabel 5.9 toont, heeft de sector 'zakelijke dienstverlening' in mindere mate klanten uit Stedenwijk over de vloer. De sector 'overig' (o.a. detailhandel en gezondheids- en welzijnszorg) heeft echter in 44% van de gevallen wel klanten uit Stedenwijk in het bedrijf op bezoek.

Een mogelijke verklaring hiervoor is dat ondernemers die actief zijn binnen de sector zakelijke dienstverlening, veelal ZZP'ers werkzaam vanuit huis, een veel groter afzetgebied hebben dan de bijvoorbeeld de sector 'gezondheids- en welzijnszorg'. Zo ontvangt deze laatste sector vaker klanten uit Stedenwijk vanwege een lokale klantenoriëntatie. Een bewoner van Stedenwijk zal bijvoorbeeld eerder naar een tandartspraktijk dichtbij huis gaan dan naar een praktijk dat is gevestigd aan de andere kant van Almere.

Concluderend, de hypothese wordt niet verworpen. De sector waarin een Stedenwijks bedrijf actief is houdt verband met de mate waarin een bedrijf dient als voorziening voor de wijk. Een bedrijf uit de sector 'overig' dient daarbij vaker als voorziening voor de wijk.

Tabel 5.9 Sector en voorziening voor de wijk

| Sector | Voorziening voor de wijk: Percentage klanten uit Stedenwijk | | | |
|-----------------------------|--|-------|----------|----|
| | < 25% | ≥ 25% | Totaal % | N |
| Sector | | | | 64 |
| • Zakelijke dienstverlening | 88 | 12 | 100 | 32 |
| • Overig | 56 | 44 | 100 | 32 |

$\chi^2=7,729$; $p=0,005$; Cramer's $V=0,348$

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

5.3.5 (On)zichtbaarheid van bedrijven uit Stedenwijk

Binnen de literatuur is de relatie tussen het al dan niet zichtbaar zijn van een bedrijf voor voorbijgangers en de bijdrage die ondernemers en bedrijven leveren aan de leefbaarheid niet eerder onderzocht. Toch is er in dit onderzoek voor gekozen om exploratief te werk te gaan en te kijken of (on)zichtbaarheid van bedrijven in Stedenwijk een verband vertoont met de bijdrage aan de leefbaarheid. Deze keuze komt voort uit het feit dat in Stedenwijk 72% van de bedrijven onzichtbaar is. De bijdrage aan de leefbaarheid is in dit geval gemeten met de vraag of een bedrijf dient als ontmoetingsplek voor de wijk of niet. De volgende hypothese is hierbij opgesteld:

'Gecontroleerd voor sector, hangt de zichtbaarheid van een bedrijf positief samen met de mate waarin een bedrijf als ontmoetingsplek fungeert.'

Na analyse blijkt een verband aanwezig te zijn tussen het (on)zichtbaar zijn van bedrijven en de mate waarin een bedrijf dient als ontmoetingsplek voor de wijk: waarbij zichtbare bedrijven vaker als ontmoetingsplek dienen dan onzichtbare bedrijven in Stedenwijk (zie tabel 5.10). Bij het bepalen of een bedrijf zichtbaar is of niet is gebruik gemaakt van een zeer ruime definitie. Bedrijven in Stedenwijk zijn in dit onderzoek als zichtbaar aangemerkt als ze minimaal een naambordje met de bedrijfsnaam naast de deur hebben hangen. De gekozen norm voor zichtbaarheid is arbitrair. Ook had als minimale norm gekozen kunnen worden voor een uithangbord of gevelreclame. Naambordjes springen in de meeste gevallen namelijk niet direct in het oog, terwijl een uithangbord en gevelreclame dit wel doen. Ondanks deze ruime invulling van het begrip (on)zichtbaarheid blijkt alsnog een verband te bestaan tussen (on)zichtbaarheid en het feit of een bedrijf als ontmoetingsplek dient of niet. Dit betekent dat ook bedrijven die minder direct zichtbaar zijn als ontmoetingsplek dienen. Daarnaast blijkt het verband sectorafhankelijk te zijn: het verband geldt enkel voor de sector 'overig' (o.a. detailhandel en gezondheids- en welzijnszorg). Dit verband is vanzelfsprekend. Door de toonbankfunctie die veel bedrijven uit deze sectoren hebben, komen klanten op bezoek die elkaar in het bedrijf ontmoeten. Bedrijven met een toonbankfunctie zijn daarbij vaker afhankelijk van de zichtbaarheid van hun bedrijf voor de continuïteit. Denk daarbij aan een detaillist die door middel van reclame-uitingen klanten probeert aan te trekken. Kortom, op basis van deze bevindingen kan worden geconcludeerd dat een relatie bestaat tussen zichtbare bedrijven en bedrijven die als ontmoetingsplek dienen. De hypothese wordt daarom niet verworpen.

Tabel 5.10 (On)zichtbaarheid van het bedrijf en ontmoetingsplek voor de wijk

| | Ontmoetingsplek voor klanten? | | | |
|---|-------------------------------|---------|----------|----|
| | Ja (%) | Nee (%) | Totaal % | N |
| Sector 'zakelijke dienstverlening' | | | | |
| Is het bedrijf zichtbaar voor voorbijgangers? | | | | 33 |
| • Ja | 12 | 88 | 100 | 8 |
| • Nee | 0 | 100 | 100 | 25 |
| $\chi^2=3,223$; $p=0,115$ | | | | |
| Sector 'overig' | | | | |
| Is het bedrijf zichtbaar voor voorbijgangers? | | | | 34 |
| • Ja | 50 | 50 | 100 | 11 |
| • Nee | 12 | 88 | 100 | 23 |
| $\chi^2=5,443$; $p=0,020$; Cramer's V=0,400 | | | | |

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

5.3.6 Overige betekenisvolle verbanden

Uit de empirische analyse blijkt dat de vestigingsduur, investeren in bedrijfspand, sector en (on)zichtbaarheid van lokale bedrijven bepalend zijn bij het verklaren van de bijdrage die bedrijven en ondernemers leveren aan leefbaarheid. Naast deze voorspelde relaties op basis van eerdere onderzoeken, blijken een aantal bedrijfskenmerken ook significant samen te hangen met andere vormen van een bijdrage aan de leefbaarheid. Een overzicht hiervan is weergegeven in tabel 5.11. Omdat sommige verbanden qua argumentatie erg overeenkomen met de eerder beschreven relaties, wordt slechts een selectie daarvan verder toegelicht.

Tabel 5.11 Overzicht overige betekenisvolle verbanden tussen bedrijfskenmerken en de bijdrage van ondernemers en bedrijven aan de leefbaarheid

| Bedrijfskenmerken | Vormen van een bijdrage leveren aan de leefbaarheid | | | |
|--|---|---|---|--|
| | Bedrijf is voorziening voor de wijk | Bedrijf dient als ontmoetingsplek | Ondernemer levert actieve bijdrage | Bedrijf levert bijdrage aan levendige wijk |
| Sociaal-economische binding: klanten komen uit Almere | $\chi^2=20,913$ *** Cramer's V= 0,572 | $\chi^2=11,458$ *** Cramer's V= 0,417 # | | $\chi^2=22,846$ *** Cramer's V= 0,588 |
| Sociaal-economische binding: het bedrijf heeft werknemers in dienst | | $\chi^2=10,238$ *** Cramer's V= 0,391 # | | $\chi^2=7,317$ *** Cramer's V= 0,330 # |
| Ondernemer heeft geïnvesteed in het bedrijfspand | $\chi^2=7,606$ *** Cramer's V= 0,347 | $\chi^2=16,500$ *** Cramer's V= 0,500 # | $\chi^2=7,630$ ** Cramer's V= 0,340 | |
| Bedrijf is actief in de sector 'overig' ⁸ | | $\chi^2=9,793$ *** Cramer's V= 0,382 | | $\chi^2=13,221$ *** Cramer's V= 0,444 |
| Het bedrijf is zichtbaar in de wijk | $\chi^2=15,769$ *** Cramer's V= 0,496 | | | $\chi^2=18,974$ *** Cramer's V= 0,532 |

* $\alpha \leq 0,10$; ** $\alpha \leq 0,05$; *** $\alpha \leq 0,01$ #=Er wordt niet aan de eisen van chi² toets voldaan: de verwachte celfrequentie is kleiner dan 5

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

Het bedrijfskenmerk 'investeren in het bedrijfspand' blijkt drie positieve betekenisvolle relaties te vertonen met leefbaarheid. Ten eerste is een verband gevonden met de mate

⁸ Onder de sector 'overig' vallen de volgende sectoren: detailhandel, horeca, gezondheids- en welzijnszorg, onderwijs, cultuur en recreatie en bouwnijverheid.

waarin het bedrijf als voorziening voor de wijk dient, ten tweede met het zijn van een ontmoetingsplek voor de wijk en ten derde met het leveren van een actieve bijdrage aan de leefbaarheid. Investerings maken bedrijfspanden over het algemeen aantrekkelijker voor consumenten, die hierdoor eerder geneigd zijn het pand te bezoeken. Hierdoor zal het bedrijf meer klanten krijgen, en zullen klanten elkaar logischerwijs meer ontmoeten. Het verband kan echter ook in de andere richting verlopen. Namelijk dat het verkrijgen van meer klanten ervoor zorgt dat ondernemers gaan investeren in hun bedrijfspand om de klanten te behouden of nieuwe klanten aan te trekken. Daarnaast blijkt een relatie bestaat tussen ondernemers die in hun bedrijfspand hebben geïnvesteerd en ondernemers die een actieve bijdrage leveren aan de leefbaarheid. Dit duidt op het feit dat ondernemers die investeren in hun bedrijfspand zich meer betrokken voelen bij de wijk en zich daardoor op een actieve manier inzetten voor de wijk. Dit kan in de vorm van het organiseren van wijkactiviteiten of bijvoorbeeld door het melden van overlast bij lokale autoriteiten (zie tabel 5.3). Maar het kan ook zijn dat ondernemers investeren in hun pand niet omdat ze hiermee een bijdrage willen leveren aan de leefbaarheid maar omdat ze hiermee een betere uitstraling van hun bedrijf willen en dat het daarmee een bedrijfsbelang dient: het uitbreiden van het klantenbestand oftewel de continuïteit van hun bedrijf.

De sector waarin het bedrijf actief is vertoont twee betekenisvolle verbanden met leefbaarheid. Er is één verband gevonden met de mate waarin een bedrijf dient als voorziening voor de wijk en één verband met de bijdrage van een bedrijf aan een levendige wijk. De sector en 'overig' (o.a. detailhandel en gezondheids- en welzijnszorg) hebben de meeste klanten uit Stedenwijk over de vloer. De sector zakelijke dienstverlening heeft niet of nauwelijks klanten uit Stedenwijk over de vloer. Dit kan verklaard worden doordat ondernemers met een bedrijf in de zakelijke dienstverlening, relatief gezien de klant meer bezoekt dan dat de klant de ondernemer bezoekt. Tevens heeft dit te maken met het verzorgingsgebied van de verschillende bedrijven. In een woonwijk zoals Stedenwijk, zijn niet voldoende potentiële klanten aanwezig voor een bedrijf uit de zakelijke dienstverlening om voldoende omzet te genereren. Hierdoor is de ondernemer relatief gezien meer gericht op klanten buiten de wijk dan de bedrijven met lokale afzetmarkt, zoals de horeca, detailhandel en gezondheids- en welzijnszorg.

De (on)zichtbaarheid van een bedrijf vertoont een aantal verbanden met leefbaarheid. Ten eerste hangt (on)zichtbaarheid samen met het feit of een bedrijf als ontmoetingsplek dient of niet. En ten tweede met het creëren van een levendige wijk. Verdere analyse wees echter uit dat dit verband sectorafhankelijk is en dat dit een grote invloed heeft op de relatie tussen (on)zichtbaarheid en leefbaarheid. Een logische verklaring hiervoor is dat vooral bedrijven die voor de continuïteit afhankelijk zijn van veel klanten, zichtbaar moeten zijn. Denk hierbij aan een detaillist die producten verkoopt met lage winstmarges en daardoor veel afzet nodig heeft om voldoende omzet te genereren.

Geconcludeerd kan worden dat de samenhang tussen wijk economie en leefbaarheid in Stedenwijk afhankelijk is van een aantal bedrijfskarakteristieken. Het ideale bedrijf ziet er als volgt uit: het is langer dan vijf jaar in de wijk gevestigd en is actief in één van de zichtbare sectoren zoals de detailhandel of de gezondheids- en welzijnszorg. In het bedrijfspand is geïnvesteerd, het bedrijf heeft werknemers in dienst en klanten van het bedrijf komen uit Almere.

5.4 Hoe hangen ondernemerskenmerken samen met de lokale leefbaarheid in Stedenwijk?

Het literatuuronderzoek in hoofdstuk 2 wijst uit dat de woonduur van een ondernemer, de tevredenheid over de wijk, de sociale binding van de ondernemer aan de wijk en de houding tegenover samenwerking ter verbetering van de wijk samenhang vertonen met

de bijdrage die bedrijven en ondernemers leveren aan de lokale leefbaarheid. In deze paragraaf wordt getoetst voor welke ondernemerskenmerken dit ook in Stedenwijk geldt.

5.4.1 De woonduur van de ondernemer in de wijk

Onderzoek van Schutjens en Steenbeek (2010) toont aan dat ondernemers met een lange woonduur in een bepaalde wijk zich meer inzetten voor de leefbaarheid dan ondernemers met een korte woonduur. Dit komt doordat langdurig woonachtige ondernemers zich meer verbonden voelen met de wijk. Geldt dit ook voor Stedenwijk?

'Een langere woonduur in de wijk zorgt voor een actievere bijdrage aan de lokale leefbaarheid van de wijk dan een kortere woonduur.'

Gemeten wordt of de woonduur van de ondernemers uit Stedenwijk samenhangt met de actieve bijdrage van ondernemers aan de leefbaarheid van de wijk. Oftewel, vertoont een relatief lange woonduur een significant verband met de actieve bijdrage die ondernemers leveren? Dit blijkt het geval. Een langere woonduur van Stedenwijkse ondernemers laat een relatie zien met een actieve bijdrage van ondernemers aan de lokale leefbaarheid (zie tabel 5.12). Een verklaring hiervoor is dat ondernemers die langer in Stedenwijk wonen zich meer verbonden voelen met de wijk en zich hierdoor eerder inzetten voor de leefbaarheid in de wijk. Met deze bevindingen wordt de hypothese niet verworpen.

Tabel 5.12 Woonduur in de wijk en actieve bijdrage aan de leefbaarheid

| | Actieve bijdrage aan leefbaarheid? | | | | N |
|---------------------|------------------------------------|---------------------------|----------------------------|------------|----|
| | Lage actieve bijdrage (%) | Gem. actieve bijdrage (%) | Grote actieve bijdrage (%) | Totaal (%) | |
| Woonduur in de wijk | | | | | 59 |
| • 0-10 jaar | 44 | 37 | 19 | 100 | 27 |
| • ≥ 11 jaar | 16 | 53 | 31 | 100 | 32 |

$\chi^2=5,983$; $p=0,05$; Cramer's $V=0,318$

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

5.4.2 De tevredenheid van de ondernemer over de wijk

De bijdrage van ondernemers aan de wijk, hangt vooral af van hun mening over de wijk (Steenbeek en Schutjens, 2010). Hoe ontevredener de ondernemer is, des te meer gaat deze zich inzetten om de leefbaarheid te verbeteren. Als een ondernemer echter tevreden is over de wijk, ontbreekt een drijfveer iets aan de leefbaarheid te doen. Tevreden ondernemers zetten zich daarom minder in voor de leefbaarheid van de wijk (Aalders et al., 2008; Van Marissing, 2007). Op basis van deze kennis is de volgende hypothese opgesteld:

'Hoe ontevredener ondernemers zijn over Stedenwijk, des te meer zullen ze zich actief inzetten voor de wijk.'

De mate van tevredenheid is gemeten aan de hand van twee vragen. Bij de eerste is de ondernemers gevraagd een rapportcijfer (van 1 t/m 10) voor de leefbaarheid in hun wijk te geven. De tweede vraag bestaat uit zes stellingen (zie paragraaf 4.3.3) met de thema's vandalisme, sociale controle, vertrouwen en contacten in de wijk. Deze stellingen vertonen een redelijk sterke samenhang. Dit is te zien aan de relatief hoge waarde van Cronbach's Alpha van 0,625. De zes stellingen zijn samengevoegd tot de factor 'tevredenheid over Stedenwijk' met drie mogelijke antwoordcategorieën: 'lage tevredenheid', 'gemiddelde tevredenheid' en 'hoge tevredenheid' (zie tabel 5.13). In paragraaf 4.3.3. wordt de samenvoeging van de stellingen uitgelegd.

Tabel 5.13 Tevredenheid over de wijk en de actieve bijdrage aan de leefbaarheid

| | Actieve bijdrage aan leefbaarheid? | | | | Totaal (%) | N |
|---|------------------------------------|---------------------------|----------------------------|-----|------------|----|
| | Lage actieve bijdrage (%) | Gem. actieve bijdrage (%) | Grote actieve bijdrage (%) | | | |
| Cijfer voor leefbaarheid Stedenwijk | | | | | | 64 |
| • ≤ 6 | 26 | 65 | 9 | 100 | | 23 |
| • ≥ 7 | 29 | 39 | 32 | 100 | | 41 |
| $\chi^2=5,469$; $p=0,065$; Cramer's $V=0,292$ | | | | | | |
| Tevreden over Stedenwijk? | | | | | | 69 |
| • Lage tevredenheid | 44 | 44 | 12 | 100 | | 16 |
| • Gemiddelde tevredenheid | 17 | 62 | 21 | 100 | | 34 |
| • Hoge tevredenheid | 31 | 32 | 37 | 100 | | 19 |
| $\chi^2=7,646$; $p=0,105$ # | | | | | | |

#=Er wordt niet aan de eisen van χ^2 toets voldaan: de verwachte celfrequentie is kleiner dan 5

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

Statistische analyse toont aan dat het gevonden verband tussen een cijfer voor de leefbaarheid gegeven door ondernemers en de mate van actieve bijdrage niet berust op toeval (zie tabel 5.13). Een relatief hoog cijfer voor de leefbaarheid hangt positief samen met een grotere actieve bijdrage van de ondernemer. Ondanks dat het verband betekenisvol is, wordt de hypothese toch verworpen omdat de hypothese een negatief verband veronderstelde. Toch kan er wel een verklaring voor het gevonden verband worden gegeven: als een ondernemer zijn wijk met een hoog cijfer beoordeeld, zal hij/zij zich inzetten om het niveau van de leefbaarheid in een wijk te behouden.

De samenhang tussen de tevredenheid over Stedenwijk en de actieve bijdrage van ondernemers aan de wijk berust wel op toeval (zie tabel 5.13). Met andere woorden, de mate van tevredenheid van ondernemers over Stedenwijk vertoont geen significant verband met de mate van actieve inzet van diezelfde ondernemers. De hypothese wordt ook hier verworpen.

5.4.3 Sociale binding van de ondernemer aan de wijk

De binding van een ondernemer aan de wijk is een belangrijke factor die samenhangt met de bijdrage van ondernemers en bedrijven aan de leefbaarheid (Aalders et al., 2008; Molenaar, 2010; Raspe et al., 2010). Zo blijkt bijvoorbeeld dat ondernemers die gehecht zijn aan de wijk vaker proberen iets te verbeteren of te organiseren in de wijk. In de bestudeerde literatuur wordt voornamelijk ingegaan op de sociale aspecten van binding met de wijk. Daarom wordt in dit onderzoek onderstaande hypothese getoetst:

'Hoe groter de sociale binding van de ondernemer aan de wijk, des te meer zullen ondernemers zich actief inzetten voor de wijk.'

Sociale binding is gemeten aan de hand van zeven stellingen. Hier is ingegaan op de betrokkenheid en het verantwoordelijkheidsgevoel van ondernemers. Daarnaast is ook gevraagd naar de mate waarin ondernemers op de hoogte willen blijven van Stedenwijk, of ze trots zijn op de wijk en of ze anderen wel eens wat over Stedenwijk vertellen. Cronbach's Alpha bedraagt 0,625, dit laat een vrij sterke samenhang zien tussen de stellingen. De stellingen zijn samengevoegd tot de factor 'sociale binding aan de wijk' (zie tabel 5.14). De totstandkoming van deze factor door de samenvoeging van de zeven stellingen staat beschreven in paragraaf 4.3.3.

Tabel 5.14 Binding ondernemer aan de wijk en actieve bijdrage aan de wijk

| | Actieve bijdrage aan leefbaarheid? | | | | Totaal (%) | N |
|-------------------------------|------------------------------------|---------------------------|----------------------------|-----|------------|----|
| | Lage actieve bijdrage (%) | Gem. actieve bijdrage (%) | Grote actieve bijdrage (%) | | | |
| Sociaal gebonden aan de wijk? | | | | | | 69 |
| • Zwakke sociale binding | 50 | 50 | 0 | 100 | | 14 |
| • Gemiddelde sociale binding | 22 | 69 | 9 | 100 | | 32 |
| • Sterke sociale binding | 22 | 22 | 56 | 100 | | 23 |

$\chi^2=23,123$; $p=0,00$; Cramer's $V=0,435$

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

Analyse toont aan dat een verband bestaat tussen de sociale binding van ondernemers aan Stedenwijk en de actieve bijdrage aan leefbaarheid. Een verklaring voor deze significante relatie is waarschijnlijk dat sterk gebonden ondernemers zich meer betrokken en verantwoordelijk voelen voor de wijk en dat ze zich hierdoor ook actiever gaan inzetten voor Stedenwijk. De gestelde hypothese wordt daarom aangenomen.

5.4.4 Aantal uren werkzaam in Stedenwijk

De woontuur van een ondernemer in de wijk is van invloed op de leefbaarheid (Schutjens & Steenbeek, 2010). Ondernemers die relatief lang in de wijk wonen zetten zich meer in voor de leefbaarheid dan ondernemers die er korter wonen. Dit komt doordat ondernemers met een lange woontuur zich meer betrokken voelen bij de wijk en zich daardoor meer inzetten. De volgende hypothese is daarom aan dit onderzoek toegevoegd:

'Hoe langer een ondernemer per week aan het werk is in Stedenwijk, des te meer de ondernemer zich actief zal inzetten voor de wijk.'

De resultaten in tabel 5.15 tonen aan dat de fysieke binding, gemeten naar het aantal uren per week werkzaam in Stedenwijk, van de respondenten geen significant verband vertoont met de actieve bijdrage aan de leefbaarheid van ondernemers. De resultaten tonen aan dat zowel de groep ondernemers die relatief weinig (≤ 15 uur) en de groep die relatief veel (≥ 26 uur) uren in Stedenwijk werkzaam zijn veel bijdragen aan leefbaarheid. Terwijl de groep ondernemers die een gemiddelde tijd (tussen 16 en 25 uur) in Stedenwijk werkzaam is, weinig bijdragen aan leefbaarheid. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat ondernemers die relatief weinig uren werkzaam zijn in Stedenwijk minder werken en daarom meer tijd hebben om zich actief in te zetten voor de wijk. Ondernemers die veel in de wijk aan het werk zijn, kunnen tijdens het werken een oogje in het zeil houden en leveren op die manier een bijdrage aan de leefbaarheid. Er kan dus niet gesteld worden dat hoe langer een ondernemer per week aan het werk is in Stedenwijk, des te meer de ondernemer zich actief zal inzetten voor de wijk. Ook ondernemers die ≤ 15 uur per week in Stedenwijk werken kunnen zich juist actief inzetten voor de wijk. De gestelde hypothese wordt daarom verworpen.

Tabel 5.15 Binding ondernemer aan de wijk en actieve bijdrage aan de wijk

| | Actieve bijdrage aan leefbaarheid? | | | | Totaal (%) | N |
|---|------------------------------------|---------------------------|----------------------------|-----|------------|----|
| | Lage actieve bijdrage (%) | Gem. actieve bijdrage (%) | Grote actieve bijdrage (%) | | | |
| Gemiddeld aantal uren per week werkzaam in Stedenwijk | | | | | | 51 |
| • ≤ 15 uur | 39 | 39 | 22 | 100 | | 23 |
| • 16-25 uur | 36 | 46 | 18 | 100 | | 11 |
| • ≥ 26 uur | 12 | 65 | 23 | 100 | | 17 |

$\chi^2=4,149$; $p=0,386$

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

5.4.5 Houding tegenover samenwerking ter verbetering van de wijk

De relatie tussen de houding tegenover samenwerking met andere ondernemers om de wijk te verbeteren en de daadwerkelijke actieve bijdrage van ondernemers is nog niet eerder onderzocht. Toch wordt exploratief gezocht naar een mogelijke relatie tussen deze twee factoren omdat dit tot interessante aanknopingspunten voor het verbeteren van leefbaarheid kan leiden. De statistische analyse toont aan dat een positief verband bestaat tussen de houding tegenover samenwerking ter verbetering van de wijk en de actieve bijdrage van de ondernemer aan de leefbaarheid (tabel 5.16). Dit betekent dat ondernemers die positief staan tegenover samenwerking met andere ondernemers, eerder een actieve bijdrage leveren aan de leefbaarheid dan ondernemers niet zouden samenwerken met andere bedrijven.

Tabel 5.16 Houding tegenover samenwerking en actieve bijdrage aan de leefbaarheid

| | Actieve bijdrage aan leefbaarheid? | | | | Totaal (%) | N |
|---|------------------------------------|---------------------------|----------------------------|-----|------------|----|
| | Lage actieve bijdrage (%) | Gem. actieve bijdrage (%) | Grote actieve bijdrage (%) | | | |
| Indien u iets in Stedenwijk wil verbeteren, zou u dan samenwerken met andere bedrijven in Stedenwijk? | | | | | | 62 |
| • Ja | 17 | 52 | 31 | 100 | | 35 |
| • Nee | 37 | 52 | 11 | 100 | | 27 |

$\chi^2=5,124$; $p=0,077$; Cramer's $V=0,287$

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

5.4.6 Overige betekenisvolle verbanden

Op basis van eerdere studies zijn de bovenstaande hypothesen met betrekking tot ondernemerskenmerken getoetst, er blijken echter ook een aantal relaties te bestaan die niet voorspeld zijn op basis van de literatuur. Een overzicht hiervan wordt gegeven tabel 5.17. Onderstaand worden de verbanden toegelicht.

Tabel 5.17 Overzicht overige betekenisvolle verbanden tussen ondernemerskenmerken en de bijdrage van ondernemers en bedrijven aan de leefbaarheid

| Ondernemers-kenmerken | Vormen van een bijdrage leveren aan de leefbaarheid | | | |
|--|--|---|---|---|
| | <i>Bedrijf is Voorziening voor de wijk</i> | <i>Bedrijf dient als ontmoetingsplek</i> | <i>Ondernemer levert actieve bijdrage</i> | <i>Bedrijf levert bijdrage aan levendige wijk</i> |
| Langer dan 10 jaar woonachtig in Stedenwijk | | $\chi^2=3,503$ ** Cramer's V= 0,248 # | | $\chi^2=4,050$ ** Cramer's V= 0,267 |
| Cijfer voor de leefbaarheid in Stedenwijk > 6 | | $\chi^2=3,046$ * Cramer's V= 0,220 # | | $\chi^2=2,762$ * Cramer's V= 0,209 |
| Relatief veel uren per week werkzaam in Stedenwijk | $\chi^2=11,055$ *** Cramer's V= 0,485 | | | $\chi^2=15,636$ *** Cramer's V= 0,565 |

* $\alpha \leq 0,10$; ** $\alpha \leq 0,05$; *** $\alpha \leq 0,01$

#=Er wordt niet aan de eisen van chi² toets voldaan: de verwachte celfrequentie is kleiner dan 5

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

De woonduur van de ondernemer in de wijk blijkt een positieve relatie te vertonen met het zijn van een ontmoetingsplek voor de wijk en met levendigheid. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat wanneer een ondernemer relatief lang in de wijk woont, hij/zij meer bekenden heeft in Stedenwijk. Hierdoor komen meer bewoners en klanten over de vloer en zorgt de ondernemer voor levendigheid. De ondernemer levert in dit geval niet alleen een bijdrage omdat hij/zij ondernemer is, maar ook in zijn/haar rol als bekende in de wijk wat zorgt voor een ontmoetingsplek en levendigheid.

Het blijkt dat wanneer ondernemers Stedenwijk met een relatief hoog cijfer beoordelen, hun bedrijf vaker als plek dient waar klanten elkaar ontmoeten dan wanneer ondernemers Stedenwijk met een relatief laag cijfer beoordelen. Daarnaast blijkt ook dat wanneer ondernemers de leefbaarheid van Stedenwijk met een hoog cijfer beoordelen, zij vaker een bijdrage leveren aan een levendige wijk door een grotere aanloop van klanten. Deze verbanden zijn opmerkelijk, omdat de hypothese voor de verwachte relatie tussen tevredenheid over Stedenwijk en de actieve bijdrage van een ondernemer eerder is verworpen (zie paragraaf 5.4.2). Aannemelijk is daarom dat de verklaringen voor de verschillende verbanden sterk met elkaar samenhangen en de interpretatie van de vragen in de vragenlijst door de respondenten tot de onverwachte resultaten hebben geleid. Met die aanname kunnen de verbanden tussen tevredenheid enerzijds en het zijn van een ontmoetingsplek en levendigheid anderzijds als volgt worden verklaard. Wanneer ondernemers in Stedenwijk tevreden zijn over de leefbaarheid, dragen ze ook in grotere mate bij aan de leefbaarheid. In Stedenwijk doen de ondernemers dit waarschijnlijk doordat het bedrijf als ontmoetingsplek dient en doordat het bedrijf zorgt voor levendigheid in de wijk.

Het laatste positieve verband is gevonden tussen het ondernemerskenmerk 'aantal uren per week werkzaam in Stedenwijk' en de mate waarin een bedrijf dient als voorziening voor de wijk en het creëren van levendigheid. Dit verband geldt alleen voor de sectoren detailhandel, horeca, gezondheids- en welzijnszorg en het onderwijs. Dit is eenvoudig te verklaren doordat vooral de ondernemers van bedrijven met een toonbankfunctie, waar relatief veel klanten over de vloer komen werkzaam zijn in de wijk.

Uit deze paragraaf kan geconcludeerd worden dat de relatie tussen wijk economie en de lokale leefbaarheid afhankelijk is van een aantal eigenschappen van de ondernemer. De ideale ondernemer woont langer dan 10 jaar in Stedenwijk en is tevreden over de wijk in de vorm van een beoordeling van minimaal een zeven. Daarnaast is de ondernemer sterk sociaal gebonden aan de wijk en meer dan 25 uur per week aan het werk in de wijk. Tot

slot staat de ondernemer positief tegenover samenwerking met andere Stedenwijkse bedrijven om de leefbaarheid te verbeteren.

5.5 Hoe belangrijk zijn de afzonderlijke bedrijfs- en ondernemerskenmerken voor bijdragen aan de lokale leefbaarheid?

5.5.1 Inleiding

Welke kenmerken van een bedrijf of ondernemer zijn het belangrijkste voor de bijdrage die bedrijven en ondernemers leveren aan de leefbaarheid van Stedenwijk? In deze paragraaf wordt met de betekenisvolle bedrijfs- en ondernemerskenmerken per leefbaarheidsindicator een multi-pele regressieanalyse uitgevoerd. Hiermee komt de zuivere samenhang tussen kenmerken en indicatoren naar boven. Het verschil met de vorige twee paragrafen is dat hier met meerdere kenmerken in een analyse wordt gezocht naar de samenhang van bedrijfs- of ondernemerskenmerken met de bijdrage aan de leefbaarheid in plaats van dat gezocht wordt naar een afzonderlijk kenmerk.

De tabellen in deze paragraaf zijn onderverdeeld naar verwachte verbanden (model 1), overige verbanden (model 2) en alle verbanden (model 3). De verwachte verbanden komen voort uit de opgestelde hypothesen die niet zijn verworpen en dus een betekenisvol verband vertonen. De overige verbanden, verbanden die niet in eerder onderzoek naar voren zijn gekomen, die in deze masterthesis toch betekenisvol blijken te zijn, worden weergegeven in model 2. Model 3 is een samenstelling van model 1 en 2 en geeft een totaalbeeld. In de tabellen zijn de regressiecoëfficiënten (B waarden) en de standaardfouten weergegeven. Een positieve B waarde houdt in dat de kans op categorie 1 van de afhankelijke factor toeneemt als de factor X toeneemt (De Vocht, 2006). Een negatieve B waarde betekent dat de kans op categorie 1 van de afhankelijke factor afneemt als de factor X toeneemt. Met andere woorden, de kans op categorie 0 neemt toe. Daarnaast wordt ook de 'fit-maat' Nagelkerke R^2 vermeldt. De maat Nagelkerke R^2 ligt altijd tussen de 0 en 1 waarbij 1 duidt op een perfect kwalitatief model waarbij alle factoren zijn meegenomen die samenhang vertonen met de afhankelijke factor.

5.5.2 Samenhang tussen bedrijfs- en ondernemerskenmerken en de kans dat een bedrijf dient als voorziening voor de wijk

In deze paragraaf wordt het resultaat van de logistische regressie analyse tussen 'voorziening voor de wijk' en 'sector', 'herkomstlocatie van klanten', '(on)zichtbaarheid', 'investeren in bedrijfspand' en 'uren werkzaam in Stedenwijk' beschreven. De indicator 'voorziening voor de wijk' heeft twee mogelijke antwoordcategorieën: de kans dat een bedrijf dient als voorziening voor de wijk: $\geq 25\%$ lokale klanten (1) en de kans dat een bedrijf niet dient als voorziening voor de wijk: $< 25\%$ lokale klanten (0). De kans dat een bedrijf niet dient als voorziening voor de wijk is hier de referentiecategorie.

Model 1, gegrond op een theoretisch verband, bevat het kenmerk 'sector'. Hierbij is de sector 'zakelijke dienstverlening' de referentiecategorie. De referentiecategorie is de categorie waarmee de andere categorieën worden vergeleken. Uit tabel 5.18 is op te maken dat de relatie tussen de sector waarin bedrijven actief zijn en de kans dat een bedrijf dient als voorziening voor de wijk niet op toeval berust. Er kan geconcludeerd worden dat bedrijven in die actief zijn in de sector 'overig', ten opzichte van bedrijven die actief zijn in de zakelijke dienstverlening, vaker een voorziening zijn voor de wijk. Dit komt overeen met de eerder gevonden samenhang tussen deze twee factoren. De kwaliteit van model 1 is matig sterk is. Dit is af te lezen aan de waarde van de Nagelkerke R^2 van 0,17. Dit betekent dat de factoren die in het model zijn opgenomen niet in zijn geheel de afhankelijke factor verklaren.

Model 2, niet gegrond op een theoretisch verband, bevat twee verbanden die er toe doen: de kenmerken 'herkomstlocatie van klanten' en 'zichtbaarheid'. Er kan

geconcludeerd worden dat bedrijven met klanten afkomstig uit Almere, ten opzichte van bedrijven met klanten van buiten Almere vaker een voorziening zijn voor de wijk. Hetzelfde geldt voor zichtbare bedrijven, zij zijn ook vaker een voorziening voor de wijk ten opzichte van onzichtbare bedrijven. Uiteraard ligt de verklaring voor deze bevinding in het feit dat klanten uit Stedenwijk vaker langskomen dan klanten van buiten Almere.

In model 3 zijn de kenmerken uit model 1 en 2 samengevoegd en wordt helder welke aspecten het belangrijkste zijn. Alleen de locatie van klanten en de (on)zichtbaarheid van bedrijven blijken uiteindelijk positief samen te hangen met de kans dat een bedrijf dient als voorziening voor de wijk. Opvallend is dat het effect van de sector waarin een bedrijf actief is wegvalt. Blijkbaar nemen de andere kenmerken het verklarende effect van de sector over.

Tabel 5.18 Samenhang tussen bedrijfs- en ondernemerskenmerken en het percentage lokale klanten uit Stedenwijk (N=59)

| Referentie | Factor | Model 1: Verwacht verband B (S.E.) | Model 2: Overige verbanden B (S.E.) | Model 3: Alle verbanden B (S.E.) |
|--|--|---|--|--|
| <i>Zakelijke dienstverlening</i> | Sector 'overig' ⁹ | 1,70 (0,64) *** | | 2,04 |
| <i>Buiten Almere</i> | Klanten afkomstig uit Almere | | 3,66 (1,19) *** | 3,66 (1,18) *** |
| <i>Onzichtbaar bedrijf</i> | Zichtbaar bedrijf | | 1,87 (1,06) * | 1,87 (1,06) * |
| <i>Niet geïnvesteerd in bedrijfspand</i> | Geïnvesteerd in bedrijfspand | | 1,86 | 1,86 |
| | Ondernemer uren werkzaam in Stedenwijk | | 0,59 | 0,59 |
| | Constant | -1,95 (0,54) *** | -4,05 (1,21) *** | -4,05 (1,21) *** |
| | Nagelkerke R ² | 0,17 | 0,68 | 0,68 |

* $\alpha \leq 0,10$; ** $\alpha \leq 0,05$; *** $\alpha \leq 0,01$

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

5.5.3 Samenhang tussen bedrijfs- en ondernemerskenmerken en de kans dat een bedrijf dient als ontmoetingsplek

Welk kenmerk(en) van een ondernemer of bedrijf verklaart de samenhang met de kans dat een bedrijf als ontmoetingsplek dient het best? Dat wordt duidelijk in deze deelparagraaf die de resultaten beschrijft die zijn voortgekomen uit de logistische regressie analyse.

Model 1, gegrond op een theoretisch verband, bevat het kenmerk 'de (on)zichtbaarheid van een bedrijf'. Hierbij is een zichtbaar bedrijf de referentiecategorie. Uit tabel 5.19 is op te maken dat de relatie tussen (on)zichtbaarheid van bedrijven en de kans dat een bedrijf dient als ontmoetingsplek voor de wijk betekenisvol is. Kortom, zichtbare bedrijven dienen, ten opzichte van de onzichtbare bedrijven, vaker als ontmoetingsplek. De kwaliteit van model 1 is matig sterk is. Dit is af te lezen aan de waarde van de Nagelkerke R² van 0,28. Klaarblijkelijk verklaren de factoren die in het model zijn opgenomen niet in zijn geheel de afhankelijke factor.

Uit model 2, niet gegrond op een theoretisch verband, blijkt dat ondernemers die geïnvesteerd hebben in hun bedrijfspand en die klanten hebben afkomstig uit Almere vaker een ontmoetingsplek zijn voor klanten dan wanneer ondernemers niet hebben geïnvesteerd in hun bedrijfspand en klanten afkomstig zijn van buiten Almere. Een mogelijke verklaring voor deze bevinding is dat het bedrijfspand er ten eerste

⁹ Onder de sector 'overig' vallen onder andere de sectoren detailhandel, gezondheids- en welzijnzorg, onderwijs en horeca.

aantrekkelijker uit ziet om te bezoeken en ten tweede zullen klanten uit Almere eerder op bezoek gaan bij een bedrijf in Stedenwijk dan klanten afkomstig van buiten Almere.

Als laatste geeft model 3 de kenmerken uit model 1 en 2 samen weer en wordt helder welke aspecten het belangrijkste zijn. Het investeren in het bedrijfspand en de herkomstlocatie van klanten blijken uiteindelijk positief samen te hangen met de kans dat een bedrijf dient als ontmoetingsplek voor de klanten. Opvallend is dat het effect van de (on)zichtbaarheid van een bedrijf wegvalt. Blijkbaar nemen de andere kenmerken het verklarende effect van de (on)zichtbaarheid over.

Tabel 5.19 Samenhang tussen bedrijfs- en ondernemerskenmerken en de kans dat een bedrijf dient als ontmoetingsplek (N=61)

| Referentie | Factor | Model 1: Verwacht verband | Model 2: Overige verbanden | Model 3: Alle verbanden |
|--|---------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|----------------------------|
| | | B (S.E.) | B (S.E.) | B (S.E.) |
| <i>Onzichtbaar bedrijf</i> | Zichtbaar bedrijf | 2,50 (0,83) *** | | 1,48 |
| <i>Niet geïnvesteerd Buiten Almere</i> | Geïnvesteerd in bedrijfspand | | 1,88 (0,99) * | 1,88 (0,99) * |
| | Klanten afkomstig uit Almere | | 2,30 (0,98) ** | 2,30 (0,98) ** |
| <i>Zakelijke dienstverlening</i> | Sector 'overig' | | 1,94 | 1,94 |
| | Cijfer voor de leefbaarheid | | 0,01 | 0,01 |
| | Woontuur | | 0,33 | 0,33 |
| | Constant | -2,97 (0,73) *** | -3,74 (0,98) *** | -3,74 (0,98) *** |
| | Nagelkerke R ² | 0,28 | 0,38 | 0,38 |

* $\alpha \leq 0,10$; ** $\alpha \leq 0,05$; *** $\alpha \leq 0,01$

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

5.5.4 Samenhang tussen bedrijfs- en ondernemerskenmerken en de kans dat een ondernemer actief bijdraagt aan de leefbaarheid

Het resultaat van de logistische regressie analyse tussen de 'actieve bijdrage' en de 'sociale binding van de ondernemer met Stedenwijk', 'investeren in bedrijfspand' en de 'houding tegenover samenwerken met ander ondernemers' wordt in deze paragraaf beschreven. De indicator 'actieve bijdrage' heeft twee mogelijke antwoordcategorieën: de kans dat een ondernemer actief bijdraagt aan de leefbaarheid (1) en de kans dat een ondernemer niet actief bijdraagt aan de leefbaarheid (0). De kans dat een ondernemer niet actief bijdraagt aan de leefbaarheid is hier de referentiecategorie.

Model 1 bevat de 'sociale binding van de ondernemer met Stedenwijk' afgezet tegen de actieve bijdrage van de ondernemer. Hierbij is het niet sociaal gebonden zijn aan de wijk de referentiecategorie. Tabel 5.20 geeft weer dat sociale binding van de ondernemer aan de wijk een betekenisvolle relatie vertoont met de kans dat een ondernemer actief bijdraagt aan de leefbaarheid. Er kan worden geconcludeerd dat het sociaal gebonden zijn aan de wijk van de ondernemer, ten opzichte van het niet sociaal gebonden zijn aan de wijk, zorgt voor een meer actieve bijdrage van de ondernemer aan de wijk. Verklaring hiervoor is dat gebonden ondernemers zich meer betrokken en verantwoordelijk voelen voor de wijk en zich hierdoor actiever gaan inzetten voor Stedenwijk. Aangemerkt moet worden dat de kwaliteit van het model zwak is. Dit is af te lezen aan de waarde van de Nagelkerke R² van 0,11.

Model 2 bevat de factor 'investeren in bedrijfspand'. Het model laat zien dat het kenmerk samenhang vertoont met de kans dat een ondernemer actief bijdraagt aan de leefbaarheid van Stedenwijk (zie tabel 5.20). Er kan geconcludeerd worden dat ondernemers die geïnvesteerd hebben in hun bedrijfspand ten opzichte van ondernemers die niet geïnvesteerd hebben in hun bedrijfspand, vaker zorgen voor een actieve bijdrage

aan de leefbaarheid in Stedenwijk. Een verklaring voor deze bevinding is dat ondernemers die investeren in hun bedrijfspand zich meer betrokken voelen bij de wijk en daardoor ook op andere, sociale manieren actief bijdragen aan de leefbaarheid. De kwaliteit van het model is zeer zwak. De bedrijfs- en ondernemerskenmerken die in het model zijn opgenomen verklaren dus voor een klein gedeelte de actieve bijdrage van de ondernemer aan de wijk.

In model 3 zijn de kenmerken van bedrijven en ondernemers samengevoegd en wordt duidelijk welk aspect het belangrijkste is. De sociale binding van de ondernemer aan de wijk blijkt als enige kenmerk een positieve relatie te hebben met de actieve bijdrage van de ondernemer aan de leefbaarheid. Het betekenisvolle verband tussen investeren in het bedrijfspand en de actieve bijdrage van de ondernemer aan de leefbaarheid valt weg in het laatste model. De 'sociale binding van de ondernemer met Stedenwijk' neemt daarbij het verklarende effect van 'investeren in het bedrijfspand' over.

Tabel 5.20 Samenhang tussen bedrijfs- en ondernemerskenmerken en de kans dat een ondernemer actief bijdraagt aan de leefbaarheid (N=62)

| Referentie | Factor | Model 1: | Model 2: | Model 3: |
|--|--|------------------------------|-------------------------------|----------------------------|
| | | Verwacht verband B (S.E.) | Overige verbanden B (S.E.) | Alle verbanden B (S.E.) |
| <i>Zwakke tot gemiddelde binding</i> | Sterke sociale binding van ondernemer met Stedenwijk | 2,93 (0,73) *** | | 2,79 (0,78) *** |
| <i>Niet geïnvesteerd</i> | Geïnvesteerd in bedrijfspand | | 1,28 (0,63) ** | 0,42 |
| <i>Negatieve houding tegenover samenwerken</i> | Positieve houding tegenover samenwerken | | 2,43 | 1,34 |
| | Constant | -2,66 (0,60) *** | -1,76 (0,44) | -3,45 (0,88) *** |
| | Nagelkerke R ² | 0,40 | 0,10 | 0,42 |

* $\alpha \leq 0,10$; ** $\alpha \leq 0,05$; *** $\alpha \leq 0,01$

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

5.5.5 Samenhang tussen bedrijfs- en ondernemerskenmerken en de kans dat een bedrijf een bijdrage levert aan een levendige wijk

In deze paragraaf wordt het resultaat van de regressie analyse tussen de leefbaarheidsindicator 'levendigheid' en de bedrijfs- en ondernemerskenmerken beschreven (zie tabel 5.19). De indicator 'levendigheid' heeft twee mogelijke antwoordcategorieën: de kans dat een bedrijf zorgt voor levendigheid in de wijk (1) en de kans dat een bedrijf niet zorgt voor levendigheid in de wijk (0). De kans dat een ondernemer niet zorgt voor levendigheid is hier de referentiecategorie.

Model 1 bevat de bedrijfskenmerken 'investeren in bedrijfspand' en 'vestigingsduur'. Tabel 5.19 geeft weer dat zowel investeren in het bedrijfspand als de vestigingsduur van een ondernemer in Stedenwijk betekenisvol samenhangen met de kans dat een bedrijf zorgt voor levendigheid. Er kan geconcludeerd worden dat het investeren in het bedrijfspand, ten opzichte van het niet investeren in het bedrijfspand, zorgt voor meer levendigheid in Stedenwijk. Een verklaring hiervoor is dat bedrijfspanden waarin is geïnvesteerd aantrekkelijker zijn om te bezoeken. Hierdoor zullen deze panden meer bijdragen aan een levendige wijk. Tevens kan op basis van de het bedrijfskenmerk 'vestigingsduur' geconcludeerd worden dat het langer dan 5 jaar gevestigd zijn in Stedenwijk, ten opzichte van het korter gevestigd zijn in Stedenwijk dan 6 jaar, zorgt voor meer levendigheid in de Stedenwijk. Mogelijkerwijs komt dit doordat bedrijven die langere tijd in de wijk zijn gevestigd meer naamsbekendheid hebben en een langere periode hebben gehad om een klantenkring op te bouwen dan bedrijven die korter in de

wijk aanwezig zijn. De kwaliteit van het model is matig. Dit betekent dat de factor die in het model is opgenomen niet geheel de afhankelijke factor verklaart en er dus nog andere factoren zijn die ook een deel van de afhankelijke factor verklaren.

Model 2 bevat de bedrijfskenmerken 'herkomstlocatie van klanten' en 'aantal uren werkzaam in Stedenwijk per week'. Het model laat zien dat beide kenmerken samenhangen met de kans dat een bedrijf bijdraagt aan de levendigheid van Stedenwijk. Op basis van de positieve B waarde van 'herkomstlocatie van klanten' kan worden geconcludeerd dat ondernemers die klanten hebben die afkomstig zijn uit Almere, ten opzichte van ondernemers die klanten hebben die niet afkomstig zijn uit Almere, vaker zorgen voor meer levendigheid in Stedenwijk (zie tabel 5.21). Een verklaring voor deze bevinding is dat klanten uit Almere vaker langskomen dan klanten van buiten Almere waardoor de klanten uit Almere voor meer levendigheid zorgen. Ter indicatie: van bedrijf A komen alle klanten uit Almere en van bedrijf B allemaal van buiten Almere. Omdat de klanten uit Almere vaker langskomen heeft bedrijf A vaker een klant op bezoek en zorgt op die manier voor meer levendigheid. Ook voor het aantal uren dat een ondernemer per week werkzaam is in Stedenwijk kan worden vastgesteld dat wanneer het aantal uren werkzaam in Stedenwijk toeneemt, ook de kans toeneemt dat een bedrijf zorgt voor een bijdrage aan een levendige wijk. Dit kan worden verklaard doordat klanten meer langs kunnen komen wanneer een ondernemer meer uren in Stedenwijk actief is. De kwaliteit van het model is echter wel zwak.

Tot slot geeft model 3 weer dat de vestigingsduur van een bedrijf, de herkomstlocatie van klanten en het aantal uren dat een ondernemer per week werkzaam is in Stedenwijk positief samenhangen met de kans dat een bedrijf bijdraagt aan een levendige wijk. Opvallend is dat de betekenis van 'investeren in bedrijfspand' wegvalt in model 3. Blijkbaar nemen de andere kenmerken in het model het verklarende effect van 'investeren in bedrijfspand' over.

Tabel 5.21 Samenhang tussen bedrijfs- en ondernemerskenmerken op de kans dat een bedrijf zorgt voor levendige bijdrage aan de wijk (N=57)

| Referentie | Factor | Model 1: | Model 2: | Model 3: |
|---|---|------------------------------|-------------------------------|----------------------------|
| | | Verwacht verband B (S.E.) | Overige verbanden B (S.E.) | Alle verbanden B (S.E.) |
| <i>Niet geïnvesteerd ≤ 5 jaar gevestigd in Stedenwijk</i> | Geïnvesteerd in bedrijfspand | 1,67 (0,64) *** | | 0,09 |
| | Bedrijf ≥ 6 jaar | 2,01 (0,61) *** | | 2,50 (1,07) ** |
| <i>Buiten Almere</i> | Klanten afkomstig uit Almere | | 1,51 (0,88) * | 1,89 (1,10) * |
| | Aantal uren per week werkzaam in Stedenwijk | | 0,06 (0,03) * | 0,09 (0,04) ** |
| <i>Zakelijke dienstverlening</i> | Sector overig | | 0,18 | 0,44 |
| | Aantal werknemers in dienst | | 0,25 | 0,09 |
| <i>Onzichtbare bedrijven</i> | Zichtbare bedrijven | | 1,33 | 0,71 |
| | Cijfer voor de leefbaarheid | | 0,82 | 0,42 |
| | Woonduur | | 0,51 | 0,36 |
| | Constant | -1,97 (0,52) *** | -2,07 (0,79) *** | -3,86 (1,26) *** |
| | Nagelkerke R ² | 0,36 | 0,36 | 0,54 |

* $\alpha \leq 0,10$; ** $\alpha \leq 0,05$; *** $\alpha \leq 0,01$

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

5.6 Conclusie

In hoeverre hangt de wikeconomie samen met de lokale leefbaarheid in Stedenwijk? Op deze vijfde deelvraag kan op basis van dit hoofdstuk een antwoord worden gegeven.

De vanuit de literatuur veronderstelde samenhangen tussen kenmerken van bedrijven en ondernemers en de bijdrage van hen aan de leefbaarheid, zijn deels van toepassing op Stedenwijk. Duidelijk is geworden dat allereerst de sector waarin een bedrijf actief is een positief verband vertoont met de mate waarin een bedrijf als voorziening voor de wijk dient. Dit komt hoogstwaarschijnlijk doordat de sector bepalend is voor het afzetgebied van een bedrijf en hierdoor dus bepalend is voor de mate waarin het dient als wijkvoorziening. Een buurtsupermarkt heeft bijvoorbeeld een lokale klantenoriëntatie waardoor het als wijkvoorziening dient. Ten tweede vertonen zichtbare bedrijven een positieve relatie met bedrijven die als ontmoetingsplek dienen. Zo hebben zichtbare bedrijven vaak een toonbankfunctie waardoor klanten elkaar daar meer ontmoeten. Bovenstaand verband geldt alleen voor bedrijven in de 'zichtbare' sectoren, zoals de detailhandel en de gezondheids- en welzijnszorg. Als derde blijkt dat sociaal gebonden ondernemers aan de wijk een positief samenhangen met het leveren van een actieve bijdrage aan de wijk door de ondernemer. De gedachte hierachter is dat gebonden ondernemers zich meer verantwoordelijk voelen voor hun wijk en zich daardoor actief inzetten voor de leefbaarheid. Het vierde verband is gevonden tussen een lange vestigingsduur van een bedrijf in de wijk en het zorgen voor een levendige wijk door middel van een hoge bezoekersfrequentie. Dit komt mogelijk doordat langer in de wijk gevestigde bedrijven een grotere naambekendheid hebben dan bedrijven met een kortere vestigingsduur. Hierdoor komen meer bezoekers over de vloer die voor een levendige wijk zorgen. Als vijfde verband tonen bedrijven die hebben geïnvesteerd in hun bedrijfspand een positieve relatie met het creëren van levendigheid doordat klanten op bezoek komen. Blijkbaar bestaat er een verband tussen geïnvesteerde bedrijfspanden en een hoge bezoekersfrequentie. Aannemelijk is dat dit komt doordat deze bedrijfspanden aantrekkelijker zijn om te bezoeken. Het zesde verband is de positieve relatie tussen de woonduur van een ondernemer in de wijk en de mate van actieve bijdrage aan de lokale leefbaarheid. Dit kan worden verklaard door het feit dat langer woonachtige ondernemers in de wijk zich meer betrokken voelen bij de wijk en dus eerder een wijkactiviteit organiseren dan een ondernemer die korter in de wijk woont. Als laatste blijkt dat een positieve houding tegenover samenwerking met andere lokale bedrijven om de leefbaarheid te verbeteren positief samenhangt met het leveren van een actieve bijdrage aan de lokale leefbaarheid.

Naast deze zeven veronderstelde relaties zijn nog een aantal andere verbanden gevonden, 18 in totaal. Deze verbanden zijn niet voorspeld op basis van de literatuur, maar zijn op verkennende wijze gevonden. Een aantal opvallende en interessante relaties worden kort besproken.

De sociaal-economische binding van een bedrijf aan de wijk blijkt positief samen te hangen met de bijdrage die bedrijven en ondernemers leveren aan de lokale leefbaarheid. Dit houdt bijvoorbeeld in dat een lokaal gesitueerde klantenkring verband houdt met het leveren van een bijdrage aan de leefbaarheid in de vorm van het creëren van levendigheid. Een verklaring hiervoor is dat klanten die dicht bij het bedrijf wonen een lagere drempel ondervinden om langs te gaan in de vorm van reistijd en hierdoor zorgen voor een levendige wijk. Een andere relatie is gevonden tussen ondernemers die geïnvesteerd hebben in hun bedrijfspand en het leveren van een actieve bijdrage door de ondernemer aan de leefbaarheid. Dit duidt op het feit dat ondernemers die investeren in hun pand zich meer betrokken voelen bij de wijk en zich hierdoor op een actieve wijze gaan inzetten voor de wijk. Voorbeelden van een actieve inzet zijn het melden van overlast en het organiseren van wijkactiviteiten. Aan de andere kant kunnen ondernemers ook investeren puur uit economische redenen, een goede uitstraling van

het pand zorgt mogelijkwerwijs voor meer klanten en hierdoor weer voor continuïteit van het bedrijf.

Vervolgens is met de betekenisvolle bedrijfs- en ondernemerskenmerken per leefbaarheidsindicator een multiële regressieanalyse uitgevoerd. Hiermee komt de zuivere samenhang tussen kenmerken en indicatoren naar boven. De uitkomsten staan in tabel 5.22. Deze tabel is een vereenvoudigde weergave, dit houdt in dat alleen de kenmerken van bedrijven en ondernemers zijn meegenomen die een betekenisvolle samenhang vertonen. Bijvoorbeeld de lokale klantenkring van bedrijven die in relatie staat met de mate waarin een bedrijf een voorziening is voor de wijk, gemeten aan de hand van een schatting van het aantal bezoekers uit Stedenwijk. Met deze uitkomsten hebben Ymere en partners voldoende mogelijkheden om door middel van de inzet en het gebruik van ondernemers en bedrijven de leefbaarheid van Stedenwijk te verbeteren.

Tabel 5.22 Overzicht uitkomsten multiële regressie

| | | Een bedrijf is een voorziening voor de wijk doordat het relatief veel klanten uit Stedenwijk heeft | Een bedrijf dient als ontmoetingsplek voor klanten | Een ondernemer levert een actieve bijdrage aan de leefbaarheid | Een bedrijf creëert levendigheid in de wijk door klanten die op bezoek komen |
|-----------------------------------|--|--|--|--|--|
| <i>Bedrijfs- Kenmerken</i> | Lokale klantenkring | +++ | ++ | | + |
| | Zichtbare bedrijven | + | | | |
| | Geïnvesteerd in bedrijfspand | | + | | |
| <i>Ondernemers- kenmerken</i> | Relatief lange vestigingsduur van het bedrijf in de wijk | | | | ++ |
| | Sociaal gebonden ondernemer aan de wijk | | | +++ | |
| | Relatief veel uren per week werkzaam in Stedenwijk | | | | ++ |

+ $\alpha \leq 0,10$; ++ $\alpha \leq 0,05$; +++ $\alpha \leq 0,01$

Bron: Bedrijvenenquête, 2010

Duidelijk is geworden dat bevindingen uit andere gebieden en wijken niet per definitie tot een verbetering van de leefbaarheid van Stedenwijk leiden. De wijk economie van Stedenwijk hangt in de meeste gevallen samen met het creëren van een levendige wijk, terwijl het bieden van een actieve bijdrage van ondernemers de minste samenhang vertoont met de wijk economie van Stedenwijk. Investerings in de wijk economie en leefbaarheid moeten op een selectieve wijze plaatsvinden en beschikbare middelen moeten doordacht worden ingezet. Hierbij is het stellen van prioriteit van belang. Dit komt in het volgende hoofdstuk aan de orde.

Hoofdstuk 6. Beïnvloeding van de Stedenwijkse wijk economie: op welke manier en in welke mate?

6.1 Inleiding

In het vorige hoofdstuk is geconcludeerd dat verschillende bedrijfs- en ondernemerskenmerken samenhangen met de leefbaarheid van Stedenwijk en dat dit mogelijkheden biedt om de leefbaarheid van Stedenwijk te verbeteren. Voor een maximale effectiviteit en efficiënte inzet van de beschikbare middelen is het echter noodzakelijk prioriteit aan te brengen in de mogelijkheden. Dit is gedaan op basis van de sterkte van de gevonden verbanden, in hoeverre een factor van wijk economie een voorspellende waarde is voor een positieve bijdrage aan de leefbaarheid en als laatste de mate van complexiteit van beïnvloeding van de wijk economie. Zowel de resultaten van de analyses alsook de mening van acht medewerkers van Ymere, Kamer van Koophandel en de gemeente Almere is gebruikt bij het bepalen van de prioriteiten.

6.2 Rangorde aanbrengen in de verbanden tussen wijk economie en leefbaarheid in Stedenwijk

Door de grote hoeveelheid gevonden relaties tussen wijk economie en de leefbaarheid van Stedenwijk, leidt het weergeven van al deze verbanden in één overzicht tot een erg complex model. Daarom is gekozen per indicator van leefbaarheid (A t/m D in tabel 6.1) de verbanden met wijk economie weer te geven.

De drie manieren waarop de prioriteit van de factoren van wijk economie worden bepaald is in de onderstaande tabel 6.1 weergegeven en worden in deze paragraaf in willekeurige volgorde behandeld.

Tabel 6.1: Rangorde voor de vier leefbaarheidsindicatoren

| A. Kenmerken met een verband met 'voorziening voor de wijk' | |
|--|---|
| <i>Direct te beïnvloeden</i> | (On)zichtbaarheid (2) + Sector (4) Investeren in bedrijfspand (5) |
| <i>Niet direct te beïnvloeden</i> | Sociaal-economische binding van bedrijf aan de wijk: locatie van klanten (1) + Aantal uren per week werkzaam in Stedenwijk (3) |
| B. Kenmerken met een verband met 'ontmoetingsplek' | |
| <i>Direct te beïnvloeden</i> | Investeren in bedrijfspand (1) + (On)zichtbaarheid (3) Sector (5) |
| <i>Niet direct te beïnvloeden</i> | Sociaal-economische binding van bedrijf aan de wijk: locatie van klanten (2) + Sociaal-economische binding van bedrijf aan de wijk: werknemers in dienst (4) Woontduur (6) Tevredenheid over Stedenwijk: cijfer voor de leefbaarheid (7) |
| C. Kenmerken met een verband met 'actieve bijdrage van de ondernemer aan de leefbaarheid' | |
| <i>Direct te beïnvloeden</i> | Investeren in bedrijfspand (2) + |
| <i>Niet direct te beïnvloeden</i> | Sociale binding van de ondernemer aan Stedenwijk (1) + Houding tegenover samenwerking ter verbetering van de wijk (3) |

| <i>D. Kenmerken met een verband met 'levendigheid'</i> | |
|--|--|
| <i>Direct te beïnvloeden</i> | (On)zichtbaarheid (4) Sector (5) Investeren in bedrijfspand (6) |
| <i>Niet direct te beïnvloeden</i> | Aantal uren per week werkzaam in Stedenwijk (1) + Vestigingsduur van het bedrijf aan de wijk (2) + Sociaal-economische binding van bedrijf aan de wijk: locatie van klanten (3) + Sociaal-economische binding van bedrijf aan de wijk: werknemers in dienst (7) Woontduur (8) Tevredenheid: een cijfer voor de leefbaarheid (9) |

Bron: Bedrijvenenquête Stedenwijk, 2010

Voor het aanbrengen van de eerste vorm van prioriteit is gebruik gemaakt van de sterkte van het verband. Hiervoor zijn de scores van de sterkten van de verbanden vergeleken en zijn de relatieve scores weergegeven door middel van een cijfer. Vijf kenmerken van wijkeconomie houden bijvoorbeeld verband met de bijdrage aan de wijk in de vorm van een voorziening voor de wijk, daarbij is de relatie met de factor 'sociaal economische binding' het sterkst. Achter deze factor staat daarom het cijfer 1 (zie tabel 6.1).

Ten tweede is gekeken naar de voorspellende waarde van de bedrijfs- en ondernemerskenmerken van wijkeconomie voor de lokale leefbaarheid. Bij een positieve uitkomst hiervan is dit in het model aangegeven met het plaatsen van het leesteken '+' achter de factor. Zo heeft de factor (on)zichtbaarheid een voorspellende waarde voor het feit of een bedrijf dient als voorziening voor de wijk (zie tabel 6.1).

Ten derde is gekeken naar de manier waarop de kenmerken van wijkeconomie zijn te beïnvloeden. Hierbij is onderscheid gemaakt tussen direct te beïnvloeden kenmerken en indirect te beïnvloeden kenmerken. Dit onderscheid is van belang omdat de praktijk leert dat kenmerken die direct zijn te beïnvloeden, eenvoudiger zijn te realiseren dan kenmerken die via een andere handeling moeten worden beïnvloed (G. Diepeveen, persoonlijke mededeling, 16 juni 2010). In de modellen zijn de direct te beïnvloeden factoren van wijkeconomie boven de grijze streep geplaatst en de indirect te beïnvloeden factoren onder de grijze streep. Een voorbeeld is het investeren in een bedrijfspand wat direct te beïnvloeden is door bijvoorbeeld de gevel te schilderen (zie tabel 6.1).

Tabel 6.1 geeft per leefbaarheidsindicator de rangschikking van de verschillende factoren van wijkeconomie weer. Van de direct te beïnvloeden kenmerken scoort 'investeren in bedrijfspand' goed. 'Investeren in het bedrijfspand' vertoont met alle vier de factoren van leefbaarheid een positieve relatie en heeft daarvan twee keer een relatief sterk verband. Van de factoren die indirect zijn te beïnvloeden, staat de factor 'sociaal economische binding' hoog op de rangorde. Deze factor heeft drie keer een relatief sterk verband. Laag op de rangorde staan de factoren 'woontduur' en 'tevredenheid over Stedenwijk'. Beide hebben relatief zwakke verbanden en zijn slechts indirect te beïnvloeden.

6.3 De keuze van Ymere en haar partners

Met het inzicht in de verbanden tussen wijkeconomie en leefbaarheid en het hebben aangebracht van rangorde, is het aan Ymere en partners om te bepalen in welke kenmerken van wijkeconomie gaat worden geïnvesteerd, ter bevordering van de leefbaarheid in Stedenwijk. Voor Ymere en haar partners is de beperkte beschikbaarheid van middelen reden om in een beperkt aantal kenmerken te investeren. In acht telefoongesprekken in de tweede week van oktober met werknemers van Ymere, Kamer

van Koophandel en de gemeente Almere¹⁰ is gevraagd naar hun mening over welke indicator van leefbaarheid het belangrijkste is. Uiteindelijk is tot een top vier van uit te voeren acties gekomen. Effectiviteit en efficiëntie zijn daarbij door Ymere en partners als richtlijn gebruikt.

Uit de reacties blijken de leefbaarheidsindicatoren 'voorziening voor de wijk' en 'actieve bijdrage van de ondernemer' als de belangrijkste bijdragen aan de leefbaarheid worden gezien. De aanwezigheid van voorzieningen in de wijk maakt onderdeel uit van de visie op leefbaarheid van Ymere en haar partners. Tevredenheid van bewoners, zo stellen zij, is voor een belangrijk deel afhankelijk van het in de behoefte kunnen voorzien in de eigen wijk. Daarnaast sluit een actieve bijdrage van ondernemers goed aan bij de werkwijze van Ymere. Deze wordt gekenmerkt door de hoge mate van inzet en betrokkenheid van bewoners bij wijkprojecten.

Op basis van de rangorde (zie paragraaf 6.2) en de voorkeur van Ymere en partners, zijn vier kenmerken van wijk economie geselecteerd die het meest effectief zijn:

1. Investerings in bedrijfspannen
2. Zichtbaarheid van bedrijven
3. Sociaal-economische binding van het bedrijf aan de wijk
4. Sociale binding van de ondernemer aan de wijk.

Hiermee wordt antwoord gegeven op de zesde deelvraag: 'Op welke manier en in welke mate kan de wijk economie van Stedenwijk worden beïnvloed, zodanig dat het de lokale leefbaarheid ten goede komt?'

Tot slot moet worden opgemerkt dat Ymere en partners ook op directe wijze de leefbaarheid van Stedenwijk kunnen beïnvloeden. Dat wil zeggen dat interventies niet via de beïnvloeding kenmerken van bedrijven en ondernemers hoeven te lopen. Een voorbeeld is het stimuleren van een levendige wijk dat kan worden beïnvloed door het maken van reclame voor de wijk zodat meer klanten de wijk gaan bezoeken.

¹⁰ Zie bijlage VIII voor een lijst met werknemers die zijn benaderd.

Hoofdstuk 7. Conclusie, discussie en aanbevelingen

7.1 Conclusie

In deze thesis is de samenhang tussen leefbaarheid en wijkeconomie in Stedenwijk in kaart gebracht. Hiervoor is gestart met het bestuderen van literatuur over wijkeconomie in relatie met leefbaarheid. Vervolgens is door middel van een schriftelijke enquête onder ondernemers uit Stedenwijk een empirisch onderzoek uitgevoerd. Met de resultaten uit de daaropvolgende statistische analyse is het gelukt om antwoord te geven op de centrale vraag van dit onderzoek:

'In hoeverre hangt de wijkeconomie samen met de leefbaarheid in Stedenwijk en op welke manier kan de wijkeconomie van Stedenwijk worden beïnvloed, zodanig dat het de leefbaarheid ten goede komt?'

Bewoners van Stedenwijk kunnen blij zijn met de aanwezigheid van bedrijven in de wijk. Op verschillende manieren leveren de bedrijven namelijk een positieve bijdrage aan de wijk. Daarnaast hebben de ondernemers die de bedrijven besturen ook een positieve invloed en zorgen onder andere door hun actieve inzet voor een prettigere leefomgeving. In Stedenwijk zijn genoeg aanknopingspunten gevonden om de lokale leefbaarheid te verbeteren. Zowel door de inzet van de bedrijven alsook van de ondernemers is het voor woningcorporaties en andere instanties mogelijk te voorkomen dat Stedenwijk een probleemwijk wordt.

Het verband tussen bedrijven en leefbaarheid is in Stedenwijk afhankelijk van enkele bedrijfskarakteristieken. Een ideaal bedrijf in Stedenwijk waarin in deze kenmerken zijn verwerkt ziet er als volgt uit: het is een in 2002 opgericht gezondheidscentrum met veel klanten en leveranciers uit Stedenwijk. Daarnaast wordt het pand om de drie jaar opgeknapt en is het door middel van een uithangbord en een grote etalage goed zichtbaar voor voorbijgangers. Ook voor ondernemers geldt dat, afhankelijk van hun eigenschappen, ze in meer of mindere mate verband houden met de lokale leefbaarheid. De ideale ondernemer heeft de volgende eigenschappen: hij of zij is vóór 1999 in Stedenwijk komen wonen, is tevreden over de wijk en waardeert de wijk minimaal met een zeven. De ondernemer werkt meer dan 25 uur per week in de wijk en is ook als bewoner betrokken bij de Stedenwijk. Dit blijkt uit het feit dat hij of zij op de hoogte blijft over de wijk door het lezen van de buurtkrant.

Zes van de bovenstaande kenmerken van bedrijven en ondernemers blijken op de meest zuivere manier samen te hangen met de bijdrage die zij leveren aan de lokale leefbaarheid. Met andere woorden, voor deze kenmerken is een betekenisvol verband gevonden nadat effecten van andere kenmerken eruit zijn gefilterd. Dit zijn de herkomstlocatie van klanten, de zichtbaarheid van het bedrijf voor voorbijgangers, het aantal jaren dat het bedrijf in de wijk gevestigd is en de mate waarin in het bedrijfspand wordt geïnvesteerd. Voor de ondernemer zijn de sociale binding met de wijk en de uren die een ondernemer per week werkzaam is in Stedenwijk van belang. Een ondernemer met een bedrijf uit Stedenwijk die de bovenstaande zes kenmerken bezit, levert idealiter de grootste bijdrage aan de leefbaarheid van Stedenwijk.

Opvallend is dat een aantal relaties tussen wijkeconomie en leefbaarheid in andere studies wel naar voren komen, maar niet gelden voor Stedenwijk. Bijvoorbeeld het feit dat de hoeveelheid contacten met andere bedrijven in Stedenwijk niet samenhangt met lokale leefbaarheid. Mogelijk komt dit doordat de samenwerking die er is vooral bedrijfsmatig van aard is en daardoor geen directe voordelen voor de leefbaarheid oplevert. Ook blijkt dat een positieve houding van ondernemers tegenover samenwerking met andere bedrijven minder belangrijk is dan de andere ondernemerskenmerken. Bij

het investeren in wijkeconomie van Stedenwijk wordt daarom geadviseerd de beschikbare middelen en budgetten niet aan deze factoren te besteden.

Tegelijkertijd is het zo dat wanneer het onderzoek niet zou zijn uitgevoerd, een aantal niet eerder onderzochte relaties niet zouden zijn gevonden. Een goed voorbeeld hiervan is de relatie tussen de lokale leefbaarheid en de mate waarin een bedrijf zichtbaar is voor voorbijgangers. Dit verband is in deze thesis voor het eerst onderzocht en verder onderzoek is nodig voor een sterkere theoretische onderbouwing.

Kortom, er kan geconcludeerd worden dat de relatie tussen wijkeconomie en leefbaarheid aanwezig is in Stedenwijk. Dit biedt aanknopingspunten voor Ymere en haar partners om door middel van de inzet en het gebruik van de bedrijven en ondernemers de leefbaarheid in Stedenwijk te verbeteren. Daarbij moet in gedachten worden gehouden dat de middelen beperkt zijn en prioriteiten moet worden gesteld. Voor Ymere en partners liggen deze prioriteiten bij de bedrijfs- en ondernemerskenmerken: investeren in het bedrijfspan, (on)zichtbaarheid van bedrijven, de sociaal-economische binding van het bedrijf aan de wijk en de sociale binding van de ondernemer aan de wijk. Er is voor deze kenmerken gekozen omdat deze ten eerste een sterk verband vertonen met de bijdrage aan de lokale leefbaarheid en ten tweede omdat deze kenmerken het beste passen bij de doelen van Ymere en haar partners. Met betrekking tot deze kenmerken van bedrijven en ondernemers worden in paragraaf 7.4 beleidsaanbevelingen gedaan. Hier worden een aantal suggesties gedaan over hoe Ymere en partners de Stedenwijkse leefbaarheid via de wijkeconomie kunnen beïnvloeden.

7.2 Discussie

Binnen de wetenschap bestaat geen consensus over de invloed van wijkeconomie op de lokale leefbaarheid (Raspe et al., 2010). Eerder onderzoek laat zien dat bedrijven en ondernemers aan de ene kant een positieve bijdrage aan leefbaarheid leveren door onder andere het creëren van werkgelegenheid, het investeren in hun bedrijfspan, het aanbieden van voorzieningen aan wijkbewoners en het actief bijdragen door bijvoorbeeld het organiseren van wijkactiviteiten (Aalders et al., 2008). Aan de andere kant kunnen bedrijven en ondernemers ook een negatieve invloed hebben op een leefbare wijk (Raspe et al., 2010). Een voorbeeld hiervan is dat een bedrijf, afhankelijk van de sector, bezoekers trekt die voor overlast kunnen zorgen.

Binnen de onderzoeken die een positief verband tussen wijkeconomie en leefbaarheid hebben gevonden, bestaat weinig verschil over de manier waarop deze relatie bestaat. Bedrijfs- en ondernemerskenmerken, zoals bedrijven die actief zijn in de lokaal verzorgende sectoren (o.a. detailhandel en gezondheids- en welzijnszorg) en een lange woonduur van een ondernemer in de wijk, hebben in de onderzoeken van Schutjens en Steenbeek (2010), Aalders et al. (2008) en Allen Hays & Kogl (2007) een positieve invloed op de lokale leefbaarheid. In deze thesis worden deze beide verbanden ondersteund. Ook andere verbanden die in eerder onderzoek naar voren komen worden in deze thesis bevestigd. Het door Aalders et al. (2008) gevonden verband tussen investeringen in het bedrijfspan en de bijdrage aan de lokale leefbaarheid is ook teruggevonden in Stedenwijk. Goed onderhouden panden worden dus ook in Stedenwijk gewaardeerd.

Waar in meerdere voorgaande onderzoeken (Schutjens en Steenbeek, 2010; Aalders et al., 2008 en Van Marissing, 2007) wordt aangetoond dat ondernemers die ontevreden zijn over de leefbaarheid zich meer inzetten voor een verbetering hiervan, blijkt dat in Stedenwijk niet het geval te zijn. Juist ondernemers die tevreden zijn over de leefbaarheid zetten zich hier extra in voor de leefbaarheid. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat deze ondernemers de positieve leefomgeving willen behouden en zich hier dus voor gaan inzetten.

Een belangrijke bijdrage van deze thesis aan de kennis over de relatie tussen wijkeconomie en lokale leefbaarheid zijn de conclusies over nog niet eerder onderzochte verbanden. Voor het eerst is bijvoorbeeld het effect van zichtbaarheid van een bedrijf op de bijdrage aan de lokale leefbaarheid gemeten. Zichtbare bedrijven in Stedenwijk blijken meer bij te dragen aan lokale leefbaarheid dan onzichtbare bedrijven, dit verband is wel sectorafhankelijk en is alleen geldig voor bedrijven uit de sector 'overig' (o.a. de lokaal verzorgende sectoren). Ook de relatie tussen de houding van de ondernemer ten aanzien van samenwerking met andere Stedenwijkse bedrijven om zo de leefbaarheid te verbeteren en de daadwerkelijke bijdrage aan de lokale leefbaarheid is nog niet eerder onderzocht. In Stedenwijk blijken de ondernemers met de wil om samen te werken meer aan leefbaarheid bij te dragen dan ondernemers die niet willen samenwerken.

Aanvullend op de eerder gedane onderzoeken is dat in het onderhavige onderzoek lokale leefbaarheid door middel van vier verschillende indicatoren gemeten. Een voordeel hiervan is dat beter in beeld is gebracht welke vormen van een bijdrage aan de lokale leefbaarheid samenhangen met wijkeconomie. Zo blijkt bijvoorbeeld dat de vestigingsduur van het bedrijf alleen betekenisvol samenhangt met de mate waarin een bedrijf zorgt voor levendigheid in de wijk en niet met het feit of het een bedrijf dient als voorziening voor de wijk of als ontmoetingsplek en de mate waarin de ondernemer actief bijdraagt aan de wijk.

Bovenstaande toont aan dat de resultaten van deze thesis op de meeste punten overeenkomen met eerdere onderzoeksresultaten. Wijkeconomie in Stedenwijk hangt deels samen met lokale leefbaarheid en kan op de punten waar samenhang bestaat worden ingezet om de Stedenwijkse leefbaarheid te verbeteren. Slechts op enkele punten nuanceert deze thesis eerdere onderzoeksresultaten. Dit geldt bijvoorbeeld voor de sociaal-economische binding van een bedrijf aan de wijk en de tevredenheid van de ondernemer over de wijk. Tot slot draagt de toevoeging van enkele nieuwe bedrijfs- en ondernemerskenmerken, zoals (on)zichtbaarheid en de houding van de ondernemer ten opzichte van samenwerking met andere bedrijven, bij aan een beter inzicht in de relatie tussen wijkeconomie en lokale leefbaarheid.

7.3 Onderzoeksaanbevelingen

7.3.1 Interne onderzoeksaanbevelingen

Binnen de aanpak en uitvoering van deze thesis kunnen vier aanbevelingen worden gedaan. Allereerst is het bestand van de Kamer van Koophandel waarmee is gewerkt niet actueel. In een volgend onderzoek moet hier rekening mee worden gehouden en eventueel op zoek worden gegaan naar een ander databestand. Gemeenten hebben vaak ook bestanden met een overzicht van de aanwezige bedrijven. Wellicht dat deze bestanden actueler zijn.

Een tweede onderzoeksaanbeveling heeft betrekking op de respons. In dit onderzoek is op vele manieren geprobeerd om de respons te verhogen. Eén manier heeft echter weinig extra ingevulde enquêtes opgeleverd: het bellen van de ondernemers waar de enquête persoonlijk was afgegeven maar deze nog niet hadden opgestuurd. Veel ondernemers gaven geen gehoor, het telefoonnummer was niet te achterhalen of niet meer actueel. Van de ondernemers waar wel telefonisch contact mee is geweest, heeft dit slechts een klein percentage extra respons opgeleverd. Geadviseerd wordt om bij een volgend onderzoek nogmaals langs de bedrijfsadressen te gaan omdat bij de eerste keer dat langs de bedrijfsadressen is gegaan dit verreweg de hoogste respons opleverde.

Een derde aanbeveling is om naast kwantitatief empirisch onderzoek ook een groter deel van het onderzoek te wijden aan kwalitatieve onderzoeksmethoden. Dit kan bijvoorbeeld in de vorm van diepte-interviews met ondernemers uit de buurt. Hierdoor

kan meer informatie worden vergaard en wellicht kan dit een beter inzicht geven in de beweegredenen van ondernemers om wel of niet actief bij te dragen aan de wijk. Ook vanuit Ymere is deze wens uitsproken.

De vierde aanbeveling gaat over het samenvoegen van antwoordcategorieën. In deze thesis zijn, om de juiste statistische analyses uit te kunnen voeren, enkele antwoordcategorieën samengevoegd. Hierdoor was het mogelijk om de juiste verwachte celvulling te bereiken en logistische regressie analyse uit te voeren. Ondanks dat dit op een zorgvuldige manier is gedaan, is het mogelijk dat dit effect heeft gehad op de onderzoeksresultaten. Geadviseerd wordt daarom in vervolgonderzoeken te streven naar een hogere respons, waardoor kan worden gewerkt met de afzonderlijke antwoordcategorieën.

7.3.2 Aanbevelingen voor toekomstig onderzoek

De onderstaande onderzoeksaanbevelingen hebben betrekking op toekomstige onderzoeksuitdagingen. Allereerst is het uitvoeren van onderzoek in heel Stedenwijk van toegevoegde waarde. Stedenwijk-Zuid is in dit onderzoek namelijk niet meegenomen vanwege een negatieve reactie tot deelname aan het onderzoek vanuit woningcorporatie de Alliantie.

Ten tweede wordt aanbevolen om een soortgelijk onderzoek onder bewoners van Stedenwijk uit te voeren. Hierbij is het van belang dat in de enquête dezelfde vragen worden gesteld als in dit onderzoek. Daarmee kunnen vergelijkingen tussen ondernemers en bewoners worden gemaakt en een betere afstemming worden gevonden tussen de wensen en behoeften van beide groepen.

Als derde is het zinvol om dit onderzoek te herhalen. Hiermee kan worden bekeken of de maatregelen die in Stedenwijk zijn genomen, op basis van dit onderzoek, het beoogde effect hebben gehad. Dit zou dan moeten blijken uit het feit dat de bedrijfs- en ondernemerskenmerken die nu van belang worden geacht bij de samenhang met leefbaarheid, dan een sterker verband vertonen. Daaropvolgend kan herhaling van het onderzoek in andere wijken wellicht leiden tot meer generalistische uitspraken over de relatie tussen leefbaarheid en wijk economie. Er is tot nu toe, met uitzondering van dit onderzoek, immers weinig onderzoek gedaan naar deze relatie.

7.4 Beleidsaanbevelingen

Geadviseerd wordt om bij het verbeteren van de leefbaarheid, door middel van het stimuleren van wijk economie, te richten op de bedrijfs- en ondernemerskenmerken die vanuit de laatste analyse (multipale regressie) naar voren zijn gekomen. Hier is namelijk rekening gehouden met de onderlinge effecten waardoor de zuivere samenhang naar voren komt. Belangrijk om in gedachte te houden bij het eventueel uitvoeren van deze adviezen is het opstellen van een integrale aanpak. Zorg ervoor dat de betrokken organisaties, Ymere, Kamer van Koophandel, gemeente Almere en Metafoor, één gezamenlijke doelstelling hebben. Immers, een ondernemer heeft niet alleen te maken met de gemeente Almere wanneer hij/zij een eigen huis bezit, maar is ook afhankelijk van de uitstraling van andere bedrijfspanden, waaronder ook de panden van Ymere.

Advies 1: Investeer in bedrijfspanden

Geïnvesteerde bedrijfspanden blijken een positieve relatie te hebben met de bijdrage aan de leefbaarheid. Deze uitkomst wordt gebruikt voor het eerste advies.

Ymere bezit 14 bedrijfspanden in Stedenwijk, deze kunnen aan de buitenkant opgeknapt worden. Daarnaast zijn in Stedenwijk relatief veel bedrijven aan huis gevestigd. Belangrijk is daarom niet alleen de focus te leggen op de bedrijfspanden van Ymere, maar juist ook aandacht te besteden aan andere type bedrijfslocaties niet in het bezit van Ymere.

Aanbevelingen:

- Binnen Ymere zorgen voor een integrale aanpak van het onderhoudsbudget voor bedrijfsonroerend goed.
- Uitstraling bedrijfspanden aanpakken, geldt zowel voor Ymere als voor de gemeente Almere.
- Bij het aanpakken van de uitstraling van bedrijfspanden door Ymere en gemeente Almere, gebruik maken van producten en diensten van ondernemers uit Stedenwijk.
- Afspraken met bedrijven uit Stedenwijk maken waar ondernemers korting krijgen op diensten en producten die de uitstraling van hun pand verbeteren.

Advies 2: Stimuleren van meer zichtbaarheid van bedrijven in Stedenwijk

Het zichtbaarder maken van bedrijven heeft een positieve relatie met de leefbaarheid van Stedenwijk. Vandaar dat het tweede advies is gebaseerd op het stimuleren van meer zichtbaarheid van bedrijven in Stedenwijk. Partijen die hiervoor kunnen zorgen zijn de gemeente Almere, Ymere en Kamer van Koophandel.

Aanbevelingen:

- Niet investeren in naamborden bij deuren vanwege hoge kosten, slechte zichtbaarheid vanaf de straat en negatieve reacties vanuit de ondernemers op dit idee, maar bedrijven zichtbaarder maken door:
 - Reclame van bedrijven in de wijkkrant de 'Stedenwijker' plaatsen.
 - Interviews met ondernemers in de wijkkrant de 'Stedenwijker' plaatsen.
 - Bedrijven op buurt evenementen zichtbaar maken door onder andere sponsoring.

Advies 3: Focus op lang gevestigde en behoud van bedrijven in Stedenwijk

Lang gevestigde bedrijven in Stedenwijk en de bijdrage aan de leefbaarheid vertonen een relatie. Dit is te verklaren door het feit dat klanten eerder en vaker langskomen in een bedrijf die in de loop der tijd meer naamsbekendheid heeft gegenereerd. Zinvol is dus om in te zetten op het behoud van bedrijven in Stedenwijk.

Aanbevelingen:

- In geval van financiële problemen dient een integrale aanpak tussen Ymere, gemeente Almere en Kamer van Koophandel te worden opgesteld, bijvoorbeeld in de vorm van uitstel van betaling van huur in combinatie met financieel advies.
- Loyaliteitspremie voor bedrijven die een x aantal jaren zijn gevestigd in de wijk of bedrijven die zich erg inzetten voor de wijk, bijvoorbeeld in de vorm van een bijdrage voor het opknappen van het bedrijfspand.
- Cursus/thema-avond voor ondernemers met betrekking tot het continueren / verbeteren van de bedrijfsvoering. Mogelijk georganiseerd door de Kamer van Koophandel en de gemeente Almere.

Advies 4: Aangrijpen individuele initiatieven

In een wijk als Stedenwijk staan de bedrijven en ondernemers niet in een rij om bij te dragen aan de leefbaarheid. Het adequaat omgaan met individuele initiatieven van ondernemers is dus van groot belang. Een voorbeeld is een ondernemer die tijdens het afgeven van de enquête bij de onderzoeker aangaf dat hij het bedrijfspand onder zijn appartement wilde gaan huren van Ymere en er een flexibele kantoorruimte van wil maken. Het idee is dat andere ondernemers (uit de wijk) deze ruimte voor een dagdeel kunnen huren voor een vergadering of afspraak met een klant. Een goed initiatief van een actieve ondernemer wat zeker als ontmoetingsplek en voorziening voor de wijk kan gaan dienen. Het probleem was echter dat hij via de afdeling Bedrijfsonroerend Goed

(BOG) van Ymere in onderhandeling was over het pand, dit terwijl het project over de wijkeconomie van Stedenwijk op de afdeling Taskforce Wijkaanpak plaatsvindt. Afdeling BOG was niet op de hoogte van het project in Stedenwijk en stopte daarom geen extra energie in deze ondernemer. Samen met de afdeling Taskforce Wijkaanpak wordt dit initiatief nu gezamenlijk aangepakt en voelt de ondernemer zich begrepen en gesteund waardoor hij wellicht in de toekomst die actieve ondernemer blijft voor Stedenwijk.

Literatuurlijst

Aalders, R., A. Bakkeren, J. Kok & T. Twigt (2008), *De kracht van de wijk: belang van wijkeconomie voor de leefbaarheid in Amsterdamse krachtwijken*. Amsterdam: Gemeente Rabobank Amsterdam en Omstreken, Economische Zaken Amsterdam & MKB Amsterdam.

Allen Hays, R. & A. M. Kogl (2007), Neighborhood attachment, social capital building, and political participation: a case study of low- and moderate-income residents of Waterloo, Iowa. *Journal of Urban Affairs*, vol. 29 (2), pp. 181-205.

Amin, A. (1999), An Institutional Perspective on Regional Economic Development. *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 23, pp. 365-378.

Atzema, O.A.L.C. (2009), *Trends in de Economische Geografie Hoorcollege 1: het begrip bedrijf in de Economische Geografie*. College gegeven op 1 september 2009 voor de opleiding Economische Geografie.

Atzema, O., J. Lambooy, T. Van Rietbergen & E. Wever (2002), Locatietheorie: de juiste plek voor een bedrijf. In: *Ruimtelijke Economische Dynamiek: Kijk op Bedrijfslocatie en Regionale Ontwikkeling*. Bussum: Coutinho.

Audretch, D.B. & M. Fritsch (2002), Growth regimes over time and space. *Regional Studies*, vol. 36 (2), pp. 113-124.

Bathelt, H. & J. Glückler (2003), Toward a relational economic geography. *Journal of Economic Geography* (3), pp. 117-144.

Beek, H.M., ter, D. Leveling & C. van Rij (2005), *Wijkeconomie in Zuid-Holland: aanpak, best practices en succesfactoren*. Regioplan Beleidsonderzoek: Amsterdam, april 2005.

Berge, M. van den (2009), *Bedrijvendynamiek in woonwijken. Wijken stedelijke woonwijken af?* Utrecht: Universiteit Utrecht, faculteit Geowetenschappen, november 2009.

Blokland, T. (2009), *Oog voor elkaar. Veiligheidsbeleving en sociale controle in de grote stad*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Boggs, J.S. & N.M. Rantisi (2003), The 'relational turn' in economic geography. *Journal of Economic Geography* (3), pp. 109-116.

Boschma R.A., K. Frenken en J.G. Lambooy (2002), *Evolutionaire Economie. Een inleiding*. Bussum: Coutinho.

Bryman, A. (2008), *Social Research Methods*. Oxford University Press: Oxford. 3e editie.

Bulterman, S. D. (2006), *Werk aan de Wijk: Aanbevelingen voor economisch beleid in Rotterdamse stadswijken, op basis van een analyse in Zuidwijk, Vreewijk en het Oude Noorden*. Rotterdam: Directoraat Kennis en Economisch onderzoek.

Bulterman, S.D. (2008), *Wijkeconomie: minder beleid, meer ondernemerschap*. Rabobank themabericht juni 2008. Februari 2008.

- Dam, F. van (1995), *Meer voor minder. Schaalverandering en bereikbaarheid van voorzieningen in landelijke gebieden*. Utrecht: KNAG/Universiteit Utrecht, Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen.
- Dekker, K. (2007), Social capital, neighbourhood attachment and participation in distressed urban areas. A case study in The Hague and Utrecht, the Netherlands. *Housing studies*, vol. 22 (3), pp. 355-379.
- Dicken, P. & A. Malmberg (2001), Firms in Territories; a relational perspective. *Economic Geography*, vol. 77 (4), pp. 345-363.
- ECORYS Nederland BV (2008), Benchmark Gemeentelijk Ondernemingsklimaat 2007: thematische rapportage tussenmeting. Rotterdam, januari 2008.
- Elchardus, M. (2007), *Sociologie een inleiding*. Amsterdam: Pearson Education Benelux.
- Field, A. (2009), *Discovering statistics using SPSS*. Londen: Sage Publications. Third edition.
- Flap, H. & B. Völker (2005), Gemeenschap, informele controle en collectieve kwaden in de buurt. In: *Burgers in de buurt. Samenleven in school, wijk en vereniging*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Geerdes, C. & K. van Dijken (2008), Scan Wijkeconomie Wijkactieplannen. Nicis Institute: Den Haag, 20 juni 2008.
- Gemeente Almere (2008), Stedenwijk: Ruimtelijke Visie. Dienst Stedelijke Ontwikkeling. Almere, oktober 2008.
- Gemeente Almere (2009), *Sociale Atlas van Almere. Monitor van wonen, werken en vrije tijd 2009*. Stafdienst Bestuurszaken, afdeling Bestuursadvies en ondersteuning, team Onderzoek en Statistiek & Stadsbeheer afdeling Gebouwen en Gegevensmanagement, team GeoInfo.
- Gemeente Almere, GoedeStede, Stichting de Alliantie & Stichting Ymere (2007), Stedenwijk, een wijk als geen andere. Almere: 28 november 2007.
- Gemeente Almere, GoedeStede, Stichting de Alliantie & Stichting Ymere (2009), Uitvoeringsovereenkomst Integrale Wijkaanpak Stedenwijk. Almere: 29 april 2009.
- Granovetter, M. (1985), Economic action and social structure. The problem of embeddedness, *American Journal of Sociology*, vol. 91, pp. 481-510.
- Hagens, J., E. van der Krabben, S. Kooijman, H. Harmelink, E. van der Hoek & C. Loman (2009), Wijkeconomie: de kleine ondernemer aan het woord. Ondernemerschap in wijk en stad: onderzoek Vastgoed en Ruimtelijke Ordening in het kader van kortlopend STIP-onderzoek 2008. Bureau Buiten: Utrecht, 9 juli 2009.
- Hart, J. de, F. Knol, C. Maas-de Waal & T. Roes (2002), Zekere Banden. Sociale cohesie, leefbaarheid en veiligheid. Sociaal en Cultureel Planbureau. Den Haag, juni 2002.
- Hospers, G. & R.M.P. van Lochem (2003), Jane Jacobs: een leven voor de stadseconomie. In: *Economisch-statistische berichten*, vol. 33 (4397), pp. 134-135.

Jacobs, J. (1961), *The Death and Life of Great American Cities*. New York: NY Vintage.

Jahoda, M., P.F. Lazarsfeld & H. Zeisel (1993), *Die Arbeitslosen von Marienthal. Eine soziologischer Versuch über die Wirkungen langandauernder Arbeitslosigkeit*, Leipzig: Hirzel.

Johnstone, H. & D. Lionais (2004), Depleted communities and community business entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 16, pp. 217-233.

KEI Kenniscentrum Stedelijke Vernieuwing (2010), [online]. [Geciteerd op 5 november 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: <http://www.kei-centrum.nl/view.cfm?page_id=1893&item_type=nieuws&item_id=3163>

Kilkenny, M., L. Nalbarte & T. Besser (1999), Reciprocated community support and small town-small business success. *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 11, pp. 231-246.

Lindenberg, S. (1994), Rationele keuze en revolutietheorieën: het beperkte nut van aandacht voor het freerider effect. In: Flap, H. en M.H.D. van Leeuwen (red), *Op lange termijn: verklaringen van trends in de geschiedenis van samenlevingen*, Hilversum: uitgeverij Verloren.

Mackloet, A., V. Schutjens & P. Korteweg (2006), *Starten vanuit huis: bittere noodzaak of verkozen lifestyle? Een exploratief onderzoek in twee stadswijken*. DGW/NETHUR Partnership 36: Utrecht, juni 2006.

Marissing, E. van (2007), Buurtparticipatie als uiting van ontevredenheid. *City Journal*, vol. 3 (9), pp. 22-25.

Marlet, G. (2010), Bedrijf in de buurt, In: Planbureau voor de Leefomgeving (2010), *Bedrijvigheid en leefbaarheid in stedelijke wijken*, Den Haag/Bilthoven: Planbureau voor de Leefomgeving.

Maskell, P. (2001), The firm in Economic Geography. *Economic Geography*, 77 (4), pp. 329-344.

Ministerie van Economische Zaken (2010), *Handboek Wijkeconomie*. Samengesteld door Seinpost Adviesbureau BV en Onderzoeksinstituut OTB / TU Delft. Arnhem / Delft, mei 2010.

Ministerie van VROM (2004), *Leefbaarheid in wijken*. Uitgevoerd door: RIGO Research en Advies BV Amsterdam, februari 2004.

Ministerie van VROM (2007b), Kabinetsreactie op het door de VROM-Raad uitgebrachte advies 'Stad en Stijging'. VROM, 24 augustus 2007.

Ministerie van VROM (2009), Leefbaarometer meting 2008: eerste uitkomsten en methodische verantwoording. Uitgevoerd door: RIGO Research en Advies BV en Stichting Atlas voor Gemeenten. Mei 2009.

Ministerie van VROM (2010a), [online]. [Geciteerd op 18 oktober 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: <<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/aandachtswijken/vraag-en-antwoord/wat-zijn-aandachtswijken-en-wat-doet-de-overheid-aan-wijkanaanpak.html>>

Ministerie van VROM (2010b), [online]. [Geciteerd op 6 november 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: < <http://www.leefbaarometer.nl/>>

Moolenaar, K. (2010), *Ondernemers en buurtparticipatie: een goede combinatie?* Utrecht: Universiteit Utrecht, faculteit Geowetenschappen, januari 2009.

Nood, B. van (2010), *Bedrijfsverplaatsingen in de provincie Utrecht. Verplaatsen en overleven van bedrijven. Ontwikkelingen in de provincie Utrecht tussen 1990-2008.* Utrecht: Universiteit Utrecht, faculteit Geowetenschappen, februari 2010.

Ogier, C. (2006), *Wijkanalyse Stedenwijk.* Gemeente Almere: afdeling onderzoek & statistiek: mei 2006.

Ouwehand, A. & M. van Meijeren (2006), *Economische initiatieven in stadswijken. Een verkennend onderzoek.* Habiforum: Gouda, december 2006.

Oort, F. van, R. Ponds, J. van Vliet, H. van Amsterdam, S. Declerck, J. Knobens, P. Pellenburg & J. Weltevreden (2007), *Verhuizingen van bedrijven en groei van werkgelegenheid.* Rotterdam/Den Haag: NAI Uitgevers/Ruimtelijk Planbureau.

Pellenburg, P., P van Steen & L. van Wissen (2005), Hoofdstuk 5, *Bedrijfsverplaatsingen.* In: P. Pellenburg, P. van Steen, L. Van Wissen (Red.), *Ruimtelijke aspecten van bedrijvendynamiek in Nederland.* Van Gorcum, Assen 2005.

Pols, L., H. van Amsterdam, A. Harbers, P. Kronberger en E. Buitelaar (2009), *Menging van wonen en werken.* Den Haag / Bilthoven: Planbureau voor de Leefomgeving.

Pratt, J.H. (1999), *Homebased Business: the Hidden Economy.* Joanne H. Pratt Associates, Verenigde Staten: Dallas, augustus 1999.

Raspe, O., A. Weterings, M. van den Berge, F. van Oort, G. Marlet, V. Schutjens, W. Steenbeek, R. Ponds & B. Sleutjes (2010), *Bedrijvigheid en leefbaarheid in stedelijke woonwijken.* Planbureau voor de Leefomgeving: Den Haag/Bilthoven, januari 2010.

Rozema, N. & B. Oude Groeniger (2008), *Wijkeconomie als drijvende kracht voor wijkverbetering.* Onderzoeksbureau Labyrinth/Extenzio, Utrecht: 1 februari 2008.

Schutjens, V. & W. Steenbeek (2010), *Buurtbinding van ondernemers. Over lokale betrokkenheid en inzet voor leefbaarheid, High Potential Programme, ICS/URU,* In: Planbureau voor de Leefomgeving, *Bedrijvigheid en leefbaarheid in stedelijke woonwijken,* Den Haag/Bilthoven: Planbureau voor de Leefomgeving.

Stam, E. (2009), *Entrepreneurship, Evolution and Geography. Papers on Economics and Evolution,* Max Planck Institute, Jena, pp. 1-22.

Stedenwijk: Ruimtelijke Visie (2008).

TK Tweede Kamer (2008/2009), *Wijkeconomie.* Tweede Kamer, vergaderjaar 2008/2009, 20 juni 2008, 8071039.

Tuynman, M. (2005), *Veiligheidsmonitor 2005 – deel 1. Eenmeting enquête veiligheid en leefbaarheid.* Stafdienst Bestuurs- en Beleidscoördinatie. Almere: Gemeente Almere.

- Vaessen, P.M.M. (1993), *Small business growth in contrasting environments*. PhD thesis, KNAG, Netherlands Geographical Studies, Amsterdam.
- Vaessen, P.M.M. en D. Keeble (1995), Growth-oriented SMEs in Unfavourable Regional Environments. *Regional Studies*, vol. 29 (6), pp. 489-505.
- Vaessen, P.M.M. en E. Wever (1993), Spatial responsiveness of small firms. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, vol. 84 (2), pp. 119-131.
- Verschuren, P.J.M. & J.A.C.M. Doorewaard (2007), *Het ontwerpen van een onderzoek*. Den Haag: Uitgeverij Lemma.
- Vocht, A. de (2006), *Basishandboek SPSS 14 voor Windows*. Utrecht: Bijleveld Press.
- Vocht, A. de (2009), *Syllabus Statistiek: Sociale geografie en Planologie*. Utrecht: Universiteit Utrecht.
- VROM-Raad (2006), *Stad en stijging. Sociale stijging als leidraad voor stedelijke vernieuwing*. Den Haag, oktober 2006.
- Wennekers, S. & R. Thurik (1999), Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*, vol. 13 (1), pp. 27-55.
- Wetenschappelijke Raad voor Regeringsbeleid (2005), *Vertrouwen in de buurt*. Amsterdam University Press: Amsterdam.
- Wilson, W.J. (1997), *When work disappears. The world of the new urban poor*. New York: Knopf.
- Yeung, H.W.C. (2000), Organizing 'the firm' in industrial geography I: networks, institutions and regional development. *Progress in Human Geography*, vol. 24 (2), pp. 301-315.
- Yeung, H.W.C. (2005), Rethinking Relational Economic Geography. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 30 (1), pp. 37-51.
- Ymere (2008), *Leefbarometer Stedenwijk*, Almere.

Bijlage I: Interviewlijst

- Herman van der Werf, regionaal adviseur bij de Kamer van Koophandel Gooi en Eemland
- Harald van der Kooi, senior beleidsadviseur programmabureau bij de Gemeente Almere
- Abdel Chaara, gebiedsbeheerder van Almere bij Ymere
- Sander Vermeer, programmamanager op de afdeling Taskforce Wijkaanpak bij Ymere
- Peter Blonk, projectleider op de afdeling Taskforce Wijkaanpak bij Ymere
- Jeroen Jonkers, manager op de afdeling Bedrijfsonroerend Goed bij Ymere
- Otto Raspe, senior onderzoeker en econoom bij het Planbureau voor de Leefomgeving

Bijlage II: Interviewvragen

A) Achtergrond

- Kunt u vertellen wie u bent?
- Welke functie heeft u binnen het bedrijf?
- Welke taken horen bij deze functie?
- Op welke manier heeft u in uw werk te maken met wijk economie en leefbaarheid?

B) Leefbaarheid

- Wat verstaat u onder leefbaarheid? Waarom vindt u dat?
- Is er volgens u een ontwikkeling gaande binnen de definiëring van het begrip leefbaarheid?
- Bestaat er binnen uw organisatie een concrete afbakening voor het begrip leefbaarheid?

C) Wijk economie

- Wat verstaat u onder wijk economie? Waarom vindt u dat?
- Is er volgens u een ontwikkeling gaande binnen de definiëring van het begrip wijk economie?
- Bestaat er binnen uw organisatie een concrete afbakening voor het begrip wijk economie?

D) Relatie leefbaarheid en wijk economie

- Ziet u een relatie tussen wijk economie en leefbaarheid? Zo ja, hoe ziet deze relatie er dan uit volgens u? Waarom vindt u dat?
- Is er volgens u een ontwikkeling gaande binnen de relatie leefbaarheid en wijk economie?

E) Generaliseerbaar of wijkspecifiek?

- Zijn de genoemde definities van leefbaarheid en wijk economie volgens u toepasbaar op alle wijken/steden/regio's? Zo ja, waarom? Zo nee, waarom niet?

INDIEN VAN TOEPASSING VRAAG F:

F) Stedenwijk en leefbaarheid & wijk economie

- Blijven de voorgaande door u genoemde definities van leefbaarheid en wijk economie (en de relatie tussen leefbaarheid en wijk economie) hetzelfde wanneer u kijkt naar Stedenwijk? Waarom vindt u dat?

Bijlage III: Bedrijvenenquête

Bedrijvenenquête: de lokale bedrijven en lokale leefbaarheid van Stedenwijk

Geachte heer/mevrouw,

Fijn dat u de moeite wil nemen om ons te helpen met het onderzoek naar de lokale bedrijven en leefbaarheid van Stedenwijk!

Voor mijn studie Economische Geografie aan de Universiteit van Utrecht ben ik bezig met een onderzoek naar de lokale bedrijven en leefbaarheid van Stedenwijk. Dit doe ik in samenwerking met woningcorporatie Ymere, gemeente Almere, Kamer van Koophandel en ruimtelijk adviesbureau Metafoor. Ik vraag u de enquête in te vullen **vanuit uw oogpunt als ondernemer van Stedenwijk**. Ook als u eventueel zelf een bewoner in Stedenwijk bent. Het invullen van de enquête zal ongeveer 10 minuten duren.

Deze enquête zal volledig anoniem worden geanalyseerd en de gegevens worden uitsluitend gebruikt voor dit onderzoek. Als u op de hoogte wil worden gebracht van de resultaten kunt u aan het einde van de enquête uw e-mailadres invullen. Tot slot kunt u, wanneer u de enquête invult, kans maken op 10 cadeaubonnen van tuincentrum Almeer Plant ter waarde van 25 euro!

Alvast hartelijk bedankt voor uw medewerking!

BELANGRIJK: In dit onderzoek gaat het over Stedenwijk vanuit uw oogpunt als ondernemer en niet vanuit het oogpunt van bewoner.

Iris Blom van woningcorporatie Ymere is de coördinator van deze enquête. Hebt u vragen of kan ik u helpen bij het invullen van de enquête? Dan kunt u bellen naar Iris Blom via telefoonnummer 020-5551228 of e-mailen naar: i.blom@ymere.nl.

Met vriendelijke groet,
Ymere

Iris Blom



De volgende vragen hebben betrekking op uw tevredenheid over Stedenwijk

1. Welk rapportcijfer geeft u de lokale leefbaarheid van Stedenwijk? (tussen 1: zeer slecht en 10: zeer goed)

Cijfer: _____

2. Kunt u bij de volgende stellingen aangeven welk antwoord het meest op Stedenwijk van toepassing is? (U kunt dit aangeven met een kruisje in het vak)

| | <i>Helemaal mee oneens</i> | <i>Mee oneens</i> | <i>Niet oneens, niet eens</i> | <i>Mee eens</i> | <i>Helemaal mee eens</i> |
|--|----------------------------|-------------------|-------------------------------|-----------------|--------------------------|
| A. Als er iets gemeenschappelijks gedaan moet worden in Stedenwijk doet iedereen mee. | | | | | |
| B. Als hier iemand hulp nodig heeft dan kan die wel bij iemand uit Stedenwijk terecht. | | | | | |
| C. Als er afspraken met elkaar gemaakt zijn dan houdt men zich over het algemeen eraan, ook als het niet goed uitkomt. | | | | | |
| D. Als iemand in Stedenwijk overlast bezorgt dan biedt hij of zij zijn excuses aan en probeert het weer goed te maken. | | | | | |
| E. Er is af en toe sprake van vandalisme | | | | | |
| F. Je kunt hier niets doen zonder dat het opgemerkt wordt. | | | | | |
| G. De mensen uit Stedenwijk vertrouwen elkaar. | | | | | |
| H. Als ik op vakantie ben, dan letten mijn burens op. | | | | | |
| I. Mensen in Stedenwijk hebben goed contact met elkaar. | | | | | |
| J. Men verwacht hier van iedereen dat die zich netjes gedraagt. | | | | | |
| K. Afgelopen winter maakte bewoners hun stoep sneeuwvrij. | | | | | |

De volgende vragen hebben betrekking op uw bijdrage aan de lokale leefbaarheid van Stedenwijk

3. Kunt u bij de volgende stellingen aangeven welk antwoord het meest op u van toepassing is? (U kunt dit aangeven met een kruisje in het vak)

| | <i>Nooit</i> | <i>Vrijwel nooit</i> | <i>Soms</i> | <i>Vaak</i> | <i>Heel vaak</i> | <i>Niet van toepassing (bijv. niet aanwezig in wijk of wordt niet georganiseerd)</i> |
|---|--------------|----------------------|-------------|-------------|------------------|--|
| A. Ik woon vergaderingen, inspraakavonden of informatiebijeenkomsten over Stedenwijk bij. | | | | | | |
| B. Ik meld klachten over Stedenwijk bij lokale autoriteiten, zoals politie, wijkagent of gemeentebestuurders. | | | | | | |
| C. Ik bezoek wijkactiviteiten zoals feesten, barbecues en wijkuitjes. | | | | | | |
| D. Ik vraag subsidie(s) aan voor een wijkproject(en). | | | | | | |
| | <i>Nooit</i> | <i>Vrijwel nooit</i> | <i>Soms</i> | <i>Vaak</i> | <i>Heel vaak</i> | |
| E. Ik bezoek het stadsdeelkantoor of wijkkantoor van de corporatie. | | | | | | |
| F. Ik doe vrijwilligerswerk in Stedenwijk | | | | | | |
| G. Ik draag als ondernemer bij aan het organiseren van wijkactiviteiten zoals feesten, barbecues en wijkuitjes. | | | | | | |
| H. Ik spreek anderen aan op onacceptabel gedrag in Stedenwijk. | | | | | | |
| I. Ik houd de straat / openbare ruimte rond | | | | | | |

| | | | | | |
|-----------------------------|--|--|--|--|--|
| mijn onderneming schoon. | | | | | |
|-----------------------------|--|--|--|--|--|

De volgende vragen hebben betrekking op uw binding met Stedenwijk.

4. Hoeveel uur per week bent u gemiddeld aan het werk in Stedenwijk? _____ uren

5. Kunt u bij de volgende stellingen aangeven welk antwoord het meest op u van toepassing is? (U kunt dit aangeven met een kruisje in het vak)

| | <i>Helemaal mee oneens</i> | <i>Mee oneens</i> | <i>Niet oneens, niet eens</i> | <i>Mee eens</i> | <i>Helemaal mee eens</i> |
|---|------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|-----------------|------------------------------|
| A. Ik voel me betrokken bij Stedenwijk. | | | | | |
| B. Ik voel me verantwoordelijk voor de leefbaarheid in Stedenwijk. | | | | | |
| C. Mensen van buiten Stedenwijk denken dat dit een fijne wijk is. | | | | | |
| D. Ik blijf graag op de hoogte van wat er allemaal in Stedenwijk gebeurt. | | | | | |
| E. Ik ben trots op Stedenwijk. | | | | | |
| F. Ik vertel wel eens wat over Stedenwijk aan andere mensen. | | | | | |
| G. Ik lees de buurtkrant 'de Stedenwijker' | | | | | |

De volgende vragen hebben betrekking op een aantal kenmerken van u en uw bedrijf.

6. Welk van de volgende stellingen is op u van toepassing?

- Ik werk vanuit huis (bedrijfsruimte = woonruimte)
- Ik werk aan huis (bedrijfsruimte bij woonruimte)
- Ik woon ergens anders in Stedenwijk als waar ik werk
- Ik woon niet in Stedenwijk, maar werk er wel (ga naar vraag 8)

7. Hoe lang woont u al in Stedenwijk?
_____ jaar

8. Hoe lang is uw onderneming al in Stedenwijk gevestigd?
_____ jaar

9. In welk jaar is uw bedrijf opgericht? _____

10. Bent u de eigenaar van uw huidige bedrijfspand, of huurt u dit pand?

- Ik ben zelf (mede)eigenaar van dit pand

- Ik huur dit pand van woningcorporatie Ymere
- Ik huur dit pand in de vrije sector

11. Kunnen voorbijgangers zien dat er in uw pand een bedrijf is gevestigd?

- Ja, hoe: _____

 _____ (ga verder naar vraag 14)
- Nee

12. Zou u zichtbaarder willen zijn in de wijk?

- Ja, waarom wel: _____

- Nee, waarom niet: _____

 _____ (ga naar vraag 14)

13. Hoe zou u zichtbaarder kunnen zijn in de wijk? _____

14. Heeft u geïnvesteerd in uw bedrijfspand (denk aan opknappen, renovatie, verbouwing, uitbreiding)?

- Ja, namelijk _____
- Nee

15. In welke sector bent u actief?

- Bouwnijverheid
- Zakelijke dienstverlening
- Detailhandel
- Openbaar bestuur, overheid
- Onderwijs
- Horeca
- Gezondheids- en welzijnszorg
- Cultuur en recreatie
- Anders, namelijk: _____

16. Hoeveel zakelijk partners heeft u en hoeveel werknemers heeft u in dienst?

___ zakelijk partners (indien 0, ga verder naar vraag 18)
 ___ werknemers (indien 0, ga verder naar vraag 18)

17. Van mijn zakelijke partners / werknemers komt het volgende deel uit Stedenwijk:

- Minder dan 25%
- 25% - 50%
- 50%
- 50% - 75%
- Meer dan 75%

18. Hebt u behoefte aan de volgende (betaalde) diensten in Stedenwijk en zou u er gebruik van maken als deze in Stedenwijk aanwezig zouden zijn?

| | Behoeftte aan de diensten? | | Zou u gebruik van maken de diensten? | |
|---|----------------------------|-----|--------------------------------------|-----|
| | Ja | Nee | Ja | Nee |
| Lunchfaciliteiten | | | | |
| Reprofaciliteiten | | | | |
| Kinderdagverblijf | | | | |
| Gezamenlijke secretaresse/ telefonist | | | | |
| Internetfaciliteiten op een externe locatie | | | | |
| Videoconferentie-faciliteiten | | | | |
| Cateringfaciliteiten | | | | |
| Vergader/ presentatieruimte | | | | |
| Scholieren/studenten inzetten | | | | |

De volgende vragen hebben betrekking op een eventuele groei van uw bedrijf.

19. Bent u van plan om op de middellange termijn (2 á 3 jaar) uw bedrijfsactiviteiten uit te breiden?

- Zeker wel
- Mogelijk
- Zeker niet
- Anders, namelijk: _____

20. Bent u van plan om op de middellange termijn (2 á 3 jaar) het aantal werknemers van uw bedrijf uit te breiden?

- Zeker wel
- Mogelijk
- Zeker niet
- Anders, namelijk: _____

21. Hebt u behoefte aan meer bedrijfsruimte dan u op dit moment gebruikt?

- Ja
- Nee (ga door naar vraag 28)
- Nu nog niet, maar ik verwacht binnen ____ maanden dit wel te hebben.

22. Aan wat voor soort ruimte heeft u behoefte? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Kantoorruimte
- Praktijkruimte
- Vergaderruimte
- Bedrijfsruimte (opslag of iets dergelijks)

23. Wilt u deze ruimte huren of kopen?

- Kopen

- Huren
- Nog geen idee

24. Wilt u deze ruimte vast of flexibel gaan gebruiken?

- Flexibele ruimte voor enkele dagdelen
- Flexibele ruimte voor een langere periode tot maximaal 5 maanden.
- Vaste ruimte

25. Aan hoeveel extra m² heeft u behoefte? _____ m²

26. Hoeveel euro bent u bereid hier maximaal per m² voor te betalen? _____ euro/m²

27. Hoeveel euro kost een m² nu? _____ euro/m²

28. Zijn er plannen om in de komende twee jaar uit te kijken naar een nieuwe locatie van uw bedrijf?

- Ja
- Nee (ga door naar vraag 31)

29. Wat zijn de drie belangrijkste redenen om uw bedrijf te verhuizen? (zet a.u.b. de cijfers 1 t/m 3 bij de drie belangrijkste redenen, waarbij 1 de belangrijkste reden is).

- ___ Ongunstige huurprijzen
- ___ Huidige bedrijfsruimte te klein
- ___ Uitbreidingsmogelijkheden in het huidige pand onmogelijk
- ___ Slechte bereikbaarheid per auto
- ___ Slechte bereikbaarheid per openbaar vervoer
- ___ Onvoldoende parkeergelegenheid
- ___ Onveiligheid van Stedenwijk
- ___ Wijk is niet schoon / niet opgeruimd
- ___ Onvoldoende contacten met wijkbewoners
- ___ Sociaal-economische samenstelling wijkbevolking
- ___ Etnische samenstelling wijkbevolking
- ___ Leeftijdssamenstelling van de wijk
- ___ Overig aanbod aan bedrijven
- ___ Anders, namelijk _____

30. Wat zou na verhuizing de nieuwe locatie zijn?

- Een ander pand binnen Stedenwijk
- Een omliggende woonwijk
- Het stadscentrum van Almere
- Een andere woonwijk binnen Almere
- Een bedrijventerrein binnen Almere
- Een woonwijk in andere plaats
- Een bedrijventerrein in andere plaats

De volgende vragen hebben betrekking op de klanten en toeleveranciers van uw bedrijf.

31. Kunt u bij de volgende stellingen aangeven welk antwoord het meest op u van toepassing is? (U kunt dit aangeven met een kruisje in het vak)

| | | | | | |
|--|---------------------|-------------------|---------------------|-----------------|--------------------------|
| | <i>Helemaal mee</i> | <i>Mee oneens</i> | <i>Niet oneens,</i> | <i>Mee eens</i> | <i>Helemaal mee eens</i> |
|--|---------------------|-------------------|---------------------|-----------------|--------------------------|

| | | | | | |
|---|---------------|--|------------------|--|--|
| | <i>oneens</i> | | <i>niet eens</i> | | |
| A. Mijn bedrijf heeft voornamelijk individuele (kleine) klanten | | | | | |
| B. Mijn bedrijf heeft voornamelijk verschillende klanten | | | | | |

32. Hoe vaak komen klanten bij uw bedrijf langs?

- Ik heb dagelijks meer dan 5 klanten in mijn bedrijf
- Ik heb wel dagelijks iemand, maar nooit meer dan 5 personen per dag
- Ik heb alleen enkele keren per week iemand die langs komt
- Ik heb maar eens in de twee weken iemand die bij mijn bedrijf langs komt
- Hoogstens 1 klant per maand
- Zeer zelden of nooit

33. Ontmoeten klanten elkaar binnen uw bedrijf?

- Ja
- Nee

34. Waar bevinden zich uw belangrijkste klanten en toeleveranciers? (U kunt dit aangeven met een kruisje in het vak)

| | <i>Voornamelijk in Stedenwijk</i> | <i>Voornamelijk in andere wijken van Almere</i> | <i>Verspreid over Nederland</i> | <i>Verspreid over Nederland en het buitenland</i> |
|-----------------|-----------------------------------|---|---------------------------------|---|
| Klanten | | | | |
| Toeleveranciers | | | | |

35. Van mijn **klanten** komt het volgende deel uit Stedenwijk (schatting):

- Minder dan 25%
- 25% - 50%
- 50%
- 50% - 75%
- Meer dan 75%

36. Van mijn **toeleveranciers** komt het volgende deel uit Stedenwijk (schatting):

- Minder dan 25%
- 25% - 50%
- 50%
- 50% - 75%
- Meer dan 75%

De volgende vragen hebben betrekking op uw bedrijfscontacten

37. Hoeveel andere bedrijven (zowel zichtbaar als onzichtbaar) schat u dat er **in Stedenwijk** aanwezig zijn? _____ andere bedrijven

38. Met hoeveel andere bedrijven **in Stedenwijk** heeft u contact? _____ bedrijven (indien 0, ga door naar vraag 40)

39. Hoe vaak hebt u doorgaans contact met andere bedrijven **in Stedenwijk**?

- Bijna dagelijks
- Eens in de week
- Eens in de twee weken
- Eens in de maand
- Eens in de drie maanden
- Minder dan eens in de drie maanden

40. Hebt u behoefte aan meer contact met andere bedrijven **in Stedenwijk**?

- Ja
- Nee (ga door naar vraag 43)

41. Waarom hebt u behoefte aan (meer) contact met ondernemers uit Stedenwijk?
(meerdere antwoorden mogelijk)

- Om nieuwe klanten te vinden
- Om nieuwe leveranciers te vinden waar ik zaken mee kan doen
- Ik heb behoefte aan (meer) sociale contacten
- Samen uitvoeren van een opdracht voor een klant
- Om kennis te delen
- Anders, namelijk _____

42. Op welke manier zou u willen netwerken met de ondernemers uit Stedenwijk?
(meerdere antwoorden mogelijk)

- Middels een borrel die iedere maand wordt georganiseerd
- Digitaal netwerken
- Een jaarlijkse ondernemersmarkt
- Via een overzichtsgids van alle bedrijven in Stedenwijk
- Anders, namelijk _____

43. Indien u iets in Stedenwijk zou willen verbeteren, zou u dan samenwerken met andere ondernemers in de wijk?

- Ja, waarom wel: _____

- Nee, waarom niet: _____

Tot slot nog een aantal algemene vragen.

44. Wat is uw geboortjaar?

45. Wat is uw geslacht?

- Man
- Vrouw

46. Wat is uw hoogst afgeronde opleiding?

- Basisschool
- LBO/VBO/MAVO/VMBO
- HAVO/VWO/MBO
- HBO/WO

- Anders, namelijk: _____

47. Wat is uw huishoudenssituatie?

- Alleenstaand
- Samenwonend/gehuwd zonder (thuiswonende) kinderen
- Samenwonend/gehuwd met thuiswonende kinderen
- Alleenstaand met thuiswonende kinderen

48. Wat zijn de leeftijden van uw thuiswonende kinderen? _____jaar

49. In hoeverre zijn de volgende uitspraken op u van toepassing?

(U kunt dit aangegeven met een kruisje in het vak)

| | <i>Helemaal mee oneens</i> | <i>Mee oneens</i> | <i>Niet oneens, niet eens</i> | <i>Mee eens</i> | <i>Helemaal mee eens</i> |
|-----------------------|--------------------------------|-------------------|-----------------------------------|-----------------|------------------------------|
| A. Ik ben actief | | | | | |
| B. Ik ben spraakzaam | | | | | |
| C. Ik ben assertief | | | | | |
| D. Ik ben enthousiast | | | | | |
| E. Ik ben openhartig | | | | | |
| F. Ik ben extravert | | | | | |

Afsluiting

50. Wilt u, zodra de onderzoeksresultaten bekend zijn, deze per e-mail ontvangen?

- Ja, mijn email-adres: _____
- Nee

51. Onder alle deelnemers worden 10 cadeaubonnen van tuincentrum Almeer Plant ter waarde van 25 euro verloot. Wilt u meedingen naar deze prijs?

- Ja, mijn adres is: _____

- Nee

Bijlage IV: Aankondigingsbrief

Naam bedrijf
Adres
Postcode, Plaats

Almere, mei 2010

Betreft: Aankondiging bedrijvenenquête Stedenwijk

Beste ondernemer in Stedenwijk,

Graag vraag ik uw aandacht voor het volgende.

Als ondernemer van een bedrijf in Stedenwijk bent u direct betrokken bij de leefbaarheid in deze wijk. De gemeente Almere, woningcorporatie Ymere, de Kamer van Koophandel, ruimtelijk adviesbureau Metafoor en de Universiteit Utrecht zijn geïnteresseerd in uw mening over de lokale leefbaarheid. Zij willen graag meer weten over hoe uw bedrijf en uzelf als ondernemer staat tegenover de leefbaarheid in Stedenwijk. Een onderzoek is gestart met als doel te achterhalen hoe bedrijven in Stedenwijk de lokale leefbaarheid ervaren en beïnvloeden. De betrokken partijen zijn zeer geïnteresseerd in uw mening!

Ik hoop dat u bereid bent mee te werken aan dit onderzoek.

In de eerste weken van mei 2010 wordt uw bedrijfsadres door Iris Blom of één van haar collega's bezocht met het verzoek om medewerking te verlenen aan dit onderzoek door middel van het invullen van een enquête. Mocht u niet aanwezig zijn, dan wordt de enquête in uw brievenbus gestopt met bijgesloten retourenveloppe. Onder de deelnemers worden 10 cadeaubonnen van tuincentrum Almeer Plant ter waarde van 25 euro verloot.

Iris Blom van woningcorporatie Ymere is de coördinator van deze enquête. Hebt u vragen? Dan kunt u bellen naar Iris Blom via telefoonnummer 020-5551228 of e-mailen naar: i.blom@ymere.nl.

Met vriendelijke groet,
Ymere

Gert Diepeveen
Manager Gebiedsbeheer



Bijlage V: Brief 'niet open gedaan'

Almere, mei 2010

Betreft: Bedrijvenenquête

Geachte heer/mevrouw,

Eén van de werknemers van woningcorporatie Ymere is bij u aan deur geweest om de enquête over de lokale bedrijven en leefbaarheid van Stedenwijk aan u te overhandigen. U was helaas niet aanwezig. Toch hopen wij dat u alsnog de enquête wilt invullen!

U kunt uw ingevulde enquête uiterlijk vrijdag 21 mei in de bijgesloten envelop retour sturen.

Postzegel is niet nodig!

Met vriendelijke groet,
Ymere

Iris Blom



Bijlage VI: Flyer met de enquête-uitkomsten

Uitkomsten ondernemersenquête mei 2010

Stedenwijkse ondernemers aan het woord



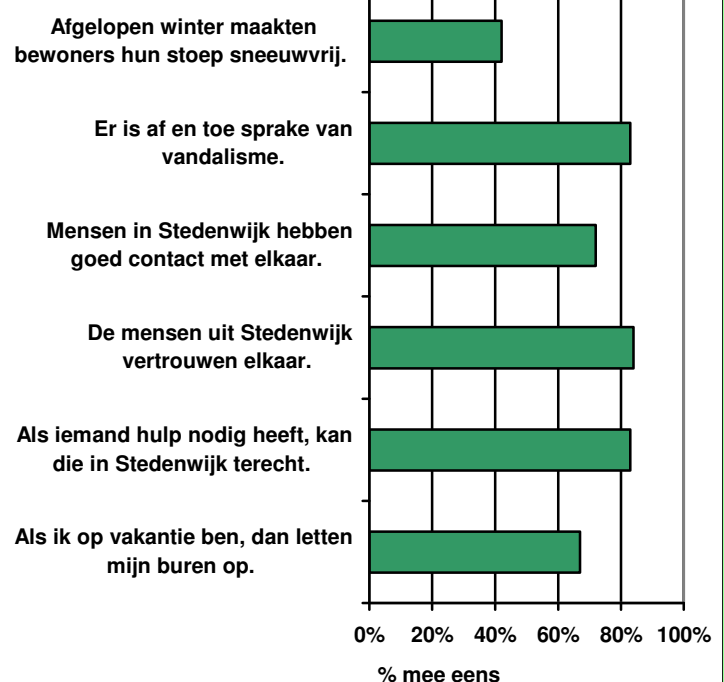
Afgelopen mei hebben ondernemers uit Stedenwijk meegedaan aan een ondernemersenquête. In deze enquête zijn vragen gesteld over de tevredenheid en binding met Stedenwijk, evenals over de wensen en behoeften van ondernemers. Deze flyer bevat een selectie van de resultaten.

Tevredenheid over Stedenwijk

De Stedenwijkse ondernemers beoordelen hun wijk met een 6,8.

Naast het rapportcijfer is ook aan de hand van een aantal stellingen gemeten hoe tevreden ondernemers zijn over Stedenwijk. Hieruit blijkt dat 66% van de ondernemers tevreden is over de wijk. In de grafiek hiernaast is de mate van tevredenheid weergegeven over een aantal specifieke aspecten.

Opvallend positief is dat 68% van de ondernemers aangeeft dat burens een oogje in het zeil houden wanneer ondernemers op vakantie zijn. Tevens ervaart een ruime meerderheid van de ondernemers een sociale controle in de wijk. Minder positief waren de ondernemers over het feit dat er af en toe sprake is van vandalisme.



Bijdrage aan de leefbaarheid

Uit de enquête blijkt dat 13% van de ondernemers bijdraagt aan de lokale leefbaarheid van Stedenwijk. Ten eerste leveren ondernemers een bijdrage aan de lokale leefbaarheid door klachten te melden bij lokale autoriteiten, ten tweede door anderen aan te spreken op onacceptabel gedrag en ten derde door de openbare ruimte rond het bedrijf schoon te houden. Daarnaast dragen ondernemers op drie aspecten minder bij aan de leefbaarheid. Ten eerste doordat ze weinig vrijwilligerswerk doen, ten tweede doordat ze weinig subsidies voor de wijk aanvragen en ten derde doordat ze nauwelijks wijk-activiteiten organiseren.



Binding met Stedenwijk

Ondernemers zijn erg verbonden met Stedenwijk (85%). Meer dan de helft van de ondernemers voelt zich betrokken en verantwoordelijk voor de leefbaarheid van Stedenwijk. Opvallend is dat hun daadwerkelijke bijdrage aan de leefbaarheid hierbij achter blijft (zie kopje 'bijdrage aan de leefbaarheid'). Daarnaast blijft bijna 80% van de ondernemers graag op de hoogte van wat er allemaal gebeurt in Stedenwijk. En leest de meerderheid (78%) van de ondernemers de nieuwsbrief 'de Stedenwijker'.

Klanten en toeleveranciers

Bedrijven uit Stedenwijk hebben voornamelijk individuele, kleine en veelal verschillende klanten. Van de bedrijven heeft tweederde maximaal één klant per maand over de vloer. De overige een derde heeft minimaal eens in de twee weken een klant in zijn bedrijf. Een waarschijnlijke oorzaak voor het lage aantal klantbezoeken is de sector waarin bedrijven actief zijn. Als logisch gevolg van het lage aantal klantbezoeken, ontmoeten klanten elkaar nauwelijks binnen de bedrijven in Stedenwijk. Tot slot bevinden klanten en toeleveranciers van de Stedenwijkse bedrijven zich voornamelijk buiten Almere.

Contacten met andere bedrijven

De meerderheid (71%) van de bedrijven geeft aan geen contact te hebben met andere bedrijven uit Stedenwijk. Een deel geeft daarbij aan behoefte te hebben aan meer contact met andere bedrijven uit Stedenwijk. Tot slot is gevraagd of ondernemers zouden samenwerken wanneer ze iets willen verbeteren in Stedenwijk. Deze vraag werd door 55% van de ondernemers positief beantwoord. Dit laat zien dat ondernemers bereid zijn om iets te verbeteren in Stedenwijk.

Hoe nu verder?

De uitkomsten van de enquête zijn aanleiding voor de betrokken organisaties (gemeente Almere, Ymere, Kamer van Koophandel en Metafoor) om in het najaar een netwerkbijeenkomst voor ondernemers te organiseren. Hebt u nog vragen? Neem dan contact op met Iris Blom:

i.blom@ymere.nl

De (on)zichtbaarheid van bedrijven

Van de 264 bedrijven is 28% fysiek zichtbaar, tegenover 72% onzichtbare bedrijven. De sectoren waarin de zichtbare bedrijven zich bevinden zijn voornamelijk de detailhandel, gezondheids- en welzijnzorg en de bouwnijverheid. Van de bedrijven die onzichtbaar zijn (voornamelijk in de sector zakelijke dienstverlening), geeft 79% aan niet fysiek zichtbaar te willen worden. De meest genoemde redenen hiervoor zijn dat ondernemers het niet nodig vinden omdat ze genoeg klanten hebben of omdat men in Stedenwijk geen klanten heeft.

Groei van bedrijven

Op de vraag of ondernemers (mogelijk) van plan zijn op middellange termijn hun bedrijfsactiviteiten uit te breiden, antwoordde 49% met ja. Daarnaast geeft 31% van de ondernemers aan dat ze (mogelijk) van plan zijn om ook het aantal werknemers uit te breiden. Het opvallende is dat 68% daarbij aangeeft geen behoefte te hebben aan meer of andere bedrijfsruimte. Van de ondernemers die aangeven wel behoefte te hebben aan meer bedrijfsruimte, laat de meerderheid weten behoefte te hebben aan een kantoor- of praktijkruimte voor vaste tijd. De meest genoemde reden voor een verplaatsing is dat de huidige ruimte te klein is en dat uitbreiden onmogelijk is.

Bijlage VII: Voorwaarden logistische regressiemodel

'Voorziening voor de wijk'

| Collinearity Diagnostics | | |
|-------------------------------------|------------------|-------------------|
| <i>Model</i> | <i>Dimension</i> | <i>Eigenvalue</i> |
| 1 | 1 | 5.306 |
| | 2 | 0.477 |
| | 3 | 0.124 |
| | 4 | 0.041 |
| | 5 | 0.038 |
| | 6 | 0.014 |
| Dependent variable: klantensw_dich1 | | |

| Coefficients | | | |
|-------------------------------------|--|-------------------------|------------|
| Model | | Collinearity statistics | |
| | | <i>Tolerance</i> | <i>VIF</i> |
| 1 | (On)zichtbaarheid | 0.539 | 1.854 |
| | Locatie klanten | 0.584 | 1.712 |
| | Geïnvesteerd in bedrijfspan | 0.700 | 1.428 |
| | Sector | 0.760 | 1.316 |
| | Aantal uren per week werkzaam in Stedenwijk | 0.591 | 1.693 |
| Dependent variable: klantensw_dich1 | | | |

'Ontmoetingsplek'

| Collinearity Diagnostics | | |
|-------------------------------------|------------------|-------------------|
| <i>Model</i> | <i>Dimension</i> | <i>Eigenvalue</i> |
| 1 | 1 | 6.504 |
| | 2 | 0.986 |
| | 3 | 0.278 |
| | 4 | 0.093 |
| | 5 | 0.057 |
| | 6 | 0.045 |
| | 7 | 0.033 |
| | 8 | 0.005 |
| Dependent variable: ontmoetingsplek | | |

| Coefficients | | | |
|-------------------------------------|--------------------------------|-------------------------|------------|
| Model | | Collinearity statistics | |
| | | <i>Tolerance</i> | <i>VIF</i> |
| 1 | Sector | 0.803 | 1.245 |
| | Locatie klanten | 0.800 | 1.249 |
| | Aantal werknemers | 0.736 | 1.359 |
| | Geïnvesteerd in bedrijfspan | 0.806 | 1.241 |
| | (On)zichtbaarheid | 0.702 | 1.424 |
| | Cijfer lokale leefbaarheid | 0.850 | 1.177 |
| | Woonduur in Stedenwijk | 0.832 | 1.202 |
| Dependent variable: ontmoetingsplek | | | |

'Actieve bijdrage van betrokken aan de leefbaarheid'

| Collinearity Diagnostics | | |
|--------------------------------------|------------------|-------------------|
| <i>Model</i> | <i>Dimension</i> | <i>Eigenvalue</i> |
| 1 | 1 | 3.828 |
| | 2 | 0.091 |
| | 3 | 0.065 |
| | 4 | 0.016 |
| Dependent variable: actieve bijdrage | | |

| Coefficients | | | |
|--------------------------------------|--|-------------------------|------------|
| Model | | Collinearity statistics | |
| | | <i>Tolerance</i> | <i>VIF</i> |
| 1 | Geïnvesteed in bedrijfspan | 0.944 | 1.059 |
| | Samenwerken met Stedenwijkse bedrijven | 0.947 | 1.057 |
| | Binding met Stedenwijk | 0.979 | 1.021 |
| Dependent variable: actieve bijdrage | | | |

'Levendigheid'

| Collinearity Diagnostics | | |
|---------------------------------|------------------|-------------------|
| <i>Model</i> | <i>Dimension</i> | <i>Eigenvalue</i> |
| 1 | 1 | 8.008 |
| | 2 | 1.211 |
| | 3 | 0.304 |
| | 4 | 0.200 |
| | 5 | 0.108 |
| | 6 | 0.063 |
| | 7 | 0.047 |
| | 8 | 0.035 |
| | 9 | 0.022 |
| | 10 | 0.003 |
| Dependent variable: klantbezoek | | |

| Coefficients | | | |
|---------------------------------|------------------------------------|-------------------------|------------|
| Model | | Collinearity statistics | |
| | | <i>Tolerance</i> | <i>VIF</i> |
| 1 | Vestigingsduur | 0.691 | 1.447 |
| | Geïnvesteed in bedrijfspan | 0.545 | 1.835 |
| | Sector | 0.604 | 1.657 |
| | Locatie klanten | 0.677 | 1.478 |
| | Aantal werknemers | 0.221 | 4.528 |
| | (On)zichtbaarheid | 0.460 | 2.176 |
| | Cijfer lokale leefbaarheid | 0.727 | 1.376 |
| | Woonduur in Stedenwijk | 0.518 | 1.932 |
| | Aantal uren werkzaam in Stedenwijk | 0.217 | 4.608 |
| Dependent variable: klantbezoek | | | |

Bijlage VIII: Lijst met benaderde werknemers van Ymere en partners

- Lucy Drost, projectleider op de afdeling Taskforce Wijkaanpak bij Ymere
- Gert Diepeveen, manager gebiedsbeheer Almere bij Ymere
- Sander Vermeer, programmamanager op de afdeling Taskforce Wijkaanpak bij Ymere
- Peter Blonk, projectleider op de afdeling Taskforce Wijkaanpak bij Ymere
- Abdel Chaara, gebiedsbeheerder van Almere bij Ymere
- Harald van der Kooi, senior beleidsadviseur programmabureau bij de gemeente Almere
- Paul Denninghoff Stelling, economisch beleidsadviseur bij de gemeente Almere
- Herman van der Werf, regionaal adviseur bij de Kamer van Koophandel Gooi en Eemland