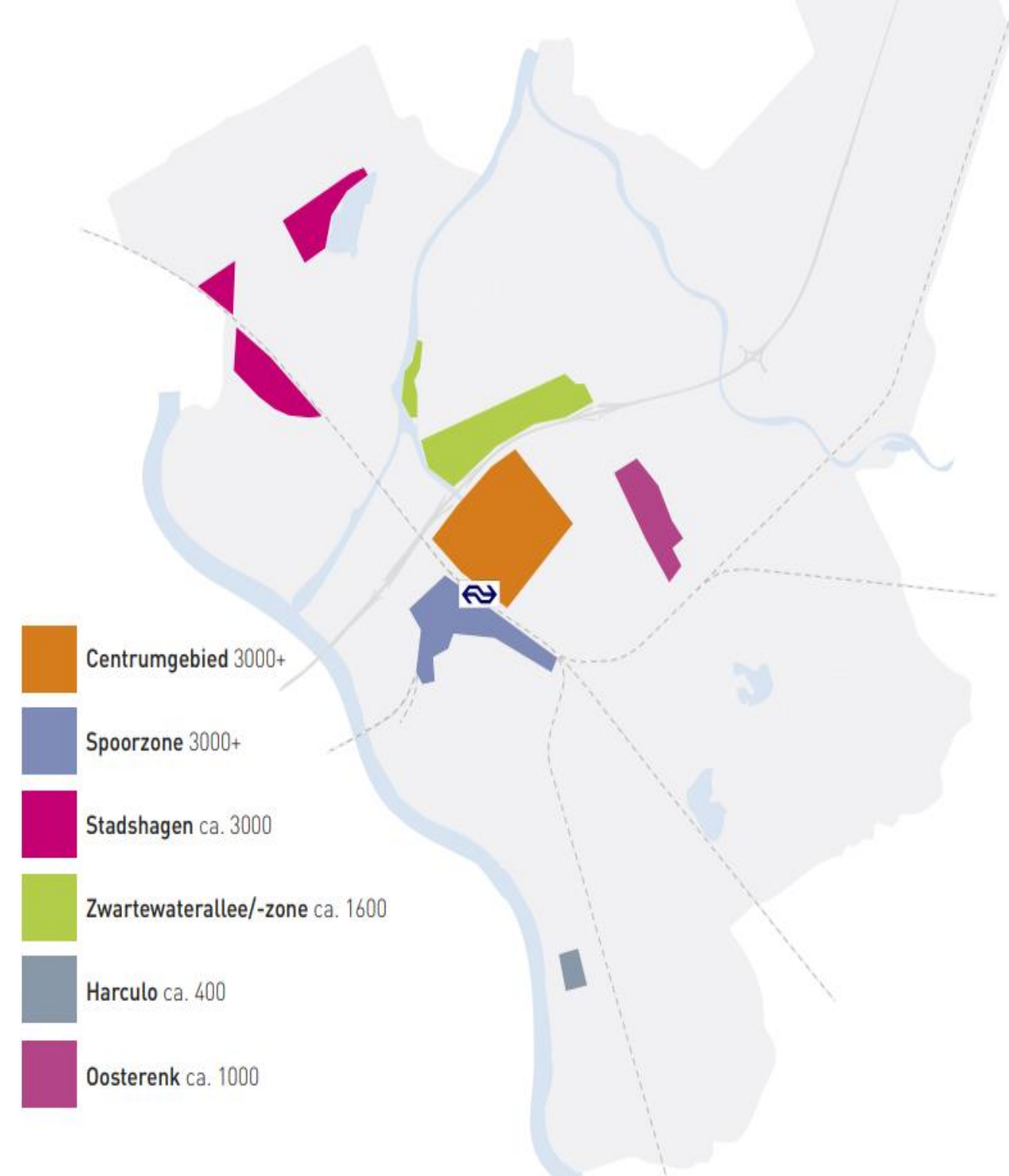




Zwolle: focusgebieden en doelgroepen - eindpresentatie

Definitief 8 september 2022

Zwolle



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

Vraagstelling

Zwolle wil tot 2030 fors meer bouwen en minimaal 1.000 nieuwe woningen per jaar realiseren. Er zijn ca 12.000 woningen gepland in 6 focusgebieden.

Hoe kan diversiteit en complementariteit worden geboden ten behoeve van de succesvolle ontwikkeling van deze zes focusgebieden en met oog voor de kwaliteit van Zwolle als woonstad?

Deelvragen:

(Focusgebieden)

- Wat zijn de onderscheidende kwaliteiten van de verschillende focusgebieden
- Wat is een kansrijke positionering van de zes verschillende focusgebieden?
- Hoe passen de focusgebieden in het stadsbrede profiel van Zwolse woonmilieus?

(Doelgroepen):

- Wat zijn de meest kansrijke doelgroepen, hoe willen ze wonen? Met daarbij bijzondere aandacht voor innovatieve woonconcepten, wonen en zorg, maatschappelijke doelgroepen
- Wat kan de markt gelijktijdig aan?



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

Onze aanpak

De vraag is opgepakt door Bureau Stedelijke Planning en Bureau Buhrs

Onze aanpak bestond uit 5 blokken:

- 1. Deskresearch en actualisatie van het marktbeeld**
analyse van beschikbare informatie over de woningmarkt, de zes focusgebieden en de beleidskaders voor zowel stedelijke ontwikkeling en wonen als economie.
- 2. Brandstation werksessie**
gericht op het vaststellen van het onderscheidend vermogen van de zes focusgebieden en van Zwolle.
- 3. Kansrijke leefstijlen en doelgroepen:**
 - Analyse van de BSR leefstijlen, voor Zwolle en voor de focusgebieden.
 - Marktonderzoek gericht op de woningvraag van huishoudens en maatschappelijke doelgroepen
- 4. Advies** over de positionering en programmering van de focusgebieden.
- 5. Eindpresentatie**



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

Beknopte samenvatting - inhoudsopgave

1. Beleidscontext, demografie en economie
2. Kansrijke doelgroepen en leefstijlen
(en wat kan de markt gelijktijdig aan)
3. Profilering en positionering van de focusgebieden
(en een voorbeeld van een brandsheet)
4. Matching van doelgroepen en focusgebieden en toelichting gebiedsprofielen
(en een voorbeeld van een gebiedsprofiel)
5. Programma focusgebieden samengevat



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

1. Beleidscontext, demografie en economie



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

Woningmarktambitie Zwolle: van 600 naar 1.000 woningen per jaar

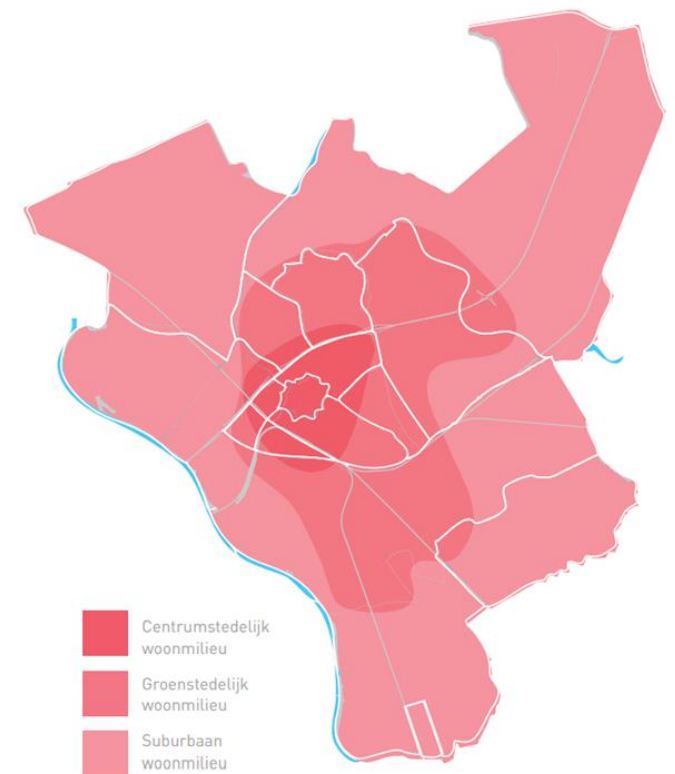
Zwolle wil meer nieuwe woningen bouwen, voor de eigen woningvraag en voor overloop vanuit de Randstad en de rest van Nederland. Zo kan de stad een bijdrage leveren aan het oplossen van het landelijk woningtekort.

De ambitie is om tot 2030 ca 1.000 nieuwe woningen per jaar te bouwen.
De focus ligt op voldoende betaalbare woningen op de juiste plekken.
De aanpak is gebiedsgericht.

Er zijn zes focusgebieden aangewezen voor woningontwikkeling en verdere verstedelijking

De programmering gaat uit van:

- 30% goedkoop, 40% middensegment, 30% duur (op gebiedsniveau, tenzij)
- 60% inbreiding in de bestaande stad
- een groot aandeel stedelijk wonen, met een verdeling over de woonmilieus van 30% centrum-stedelijk, 30% groenstedelijk en 40% suburbaan



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

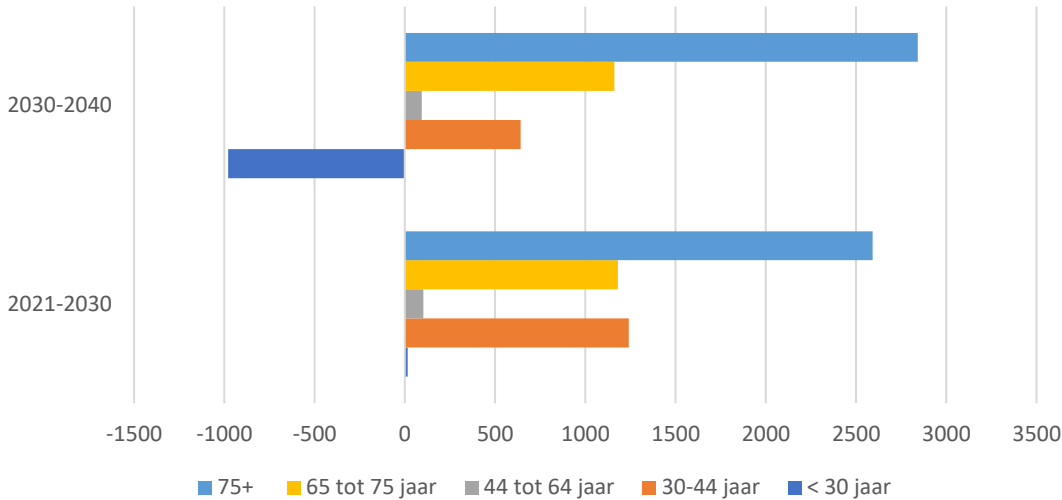
BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

Zwolle groeit en blijft groeien tot 2040: ruim 9% meer inwoners en bijna 15% meer huishoudens

Middellange termijn: 2021-2030

- Indicatie netto groei: ca. 5.100 huishoudens
- 570 huishoudens per jaar
- ***Veel 75+-huishoudens***

Prognose huishoudens per leeftijd



Lange termijn: 2030-2040

- Indicatie netto groei: ca. 3.800 huishoudens
- Ca. 380 huishoudens per jaar
- ***Nog sterkere nadruk 75+***
- ***Afname jongeren 30-***

Prognose huishoudens per leeftijd

Tijdvak:	15-29 jaar	30-44 jaar	45-64 jaar	65-74 jaar	75+ jaar	Totaal
2021-2025	-6	564	179	265	1.398	2.400
2025-2030	20	672	-78	917	1.191	2.722
2030-2035	-490	757	-64	828	1.335	2.366
2035 -2040	-488	-113	157	328	1.509	1.394



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

Zwolle heeft een goede economische positie

Beroepsbevolking

- De beroepsbevolking in Zwolle is sinds 2011 met 5.000 personen gegroeid naar 71.000 in 2020.

Aantal banen

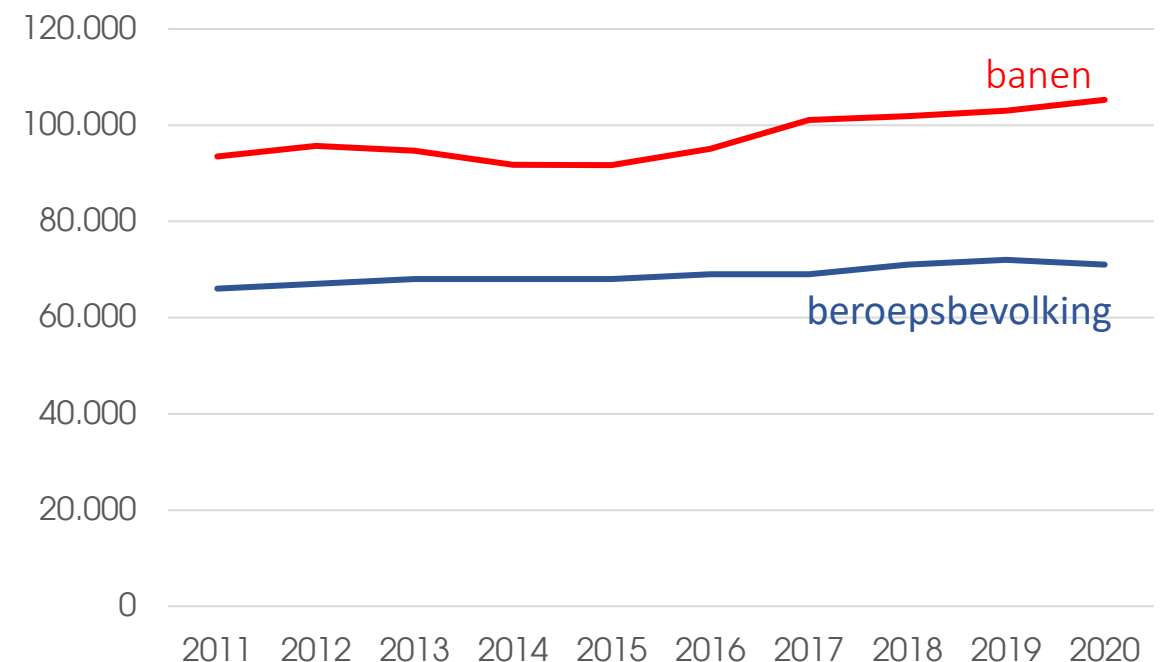
- De werkgelegenheid in Zwolle is sinds 2011 met 11.800 banen gegroeid naar 105.300 in 2020.
- Zwolle heeft op Haarlemmermeer en Eindhoven na het hoogste aantal banen ten opzichte van het aantal inwoners.

Arbeidsparticipatie

- De netto arbeidsparticipatie in Zwolle in 2020 bedraagt 71,1% en steekt daarmee uit boven de netto arbeidsparticipatie in Overijssel (68,6%) en Nederland (68,4%).

Prognose

- Spanning op de arbeidsmarkt gaat verder toenemen.



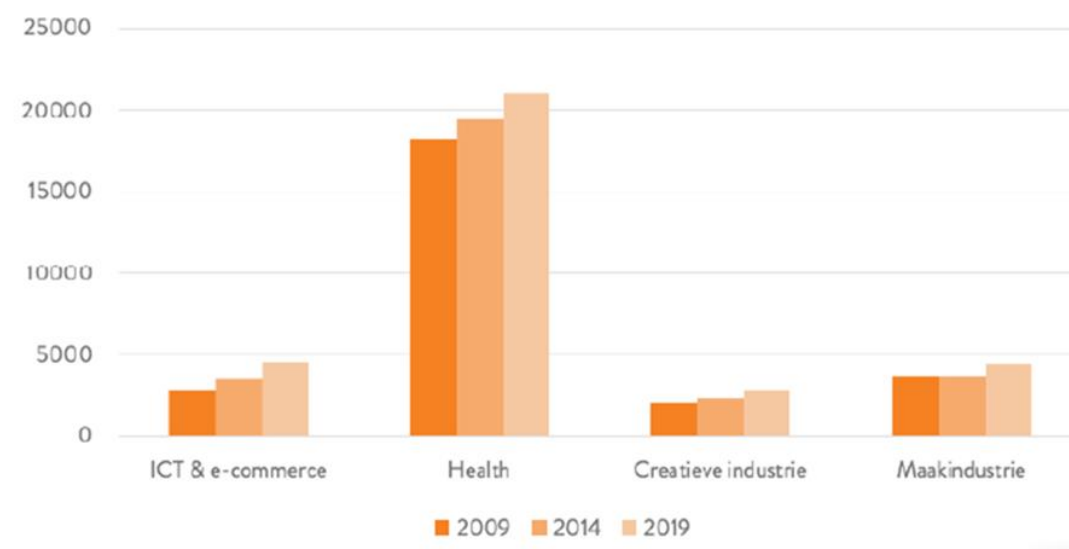
Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

.... En een stevige economische ambitie

- Zwolle wil de experimentele Hanzestad zijn en 4e economische toplocatie van Nederland
- De Zwolse economie moet groeien in toegevoegde waarde
- Dat vereist onder meer het aantrekkelijk zijn voor bedrijven en young potentials – hoger opgeleiden
- De sectoren 'health', 'ICT en e-commerce' en '(creatieve) maakindustrie' zijn de afgelopen jaren gegroeid.
- Zwolle heeft de ambitie om te groeien met impact. Zwolle kiest voor focus op:
 1. Health
 2. ICT & E-commerce
 3. Creatieve en slimme (maak)industrie

Economisch Perspectief Zwolle 'Kiezen is gekozen worden'



Figuur 2: Toename werkgelegenheid tussen 2009 en 2019



Figuur 3: Top 3 sectoren op basis van (absolute en relatieve) groeicijfers



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

Relevante context:

- Zwolle groeit en blijft groeien:
in de afgelopen 10 kwamen er bijna 10.000 inwoners en ruim 5.600 huishoudens bij. Tot 2040 komen er bijna 6.000 inwoners en ca 8.000 huishoudens bij. Er is een sterke toename van het aantal 75+ huishoudens te verwachten (wonen en zorgvraag)
- Er zijn fluctuerende migratiestromen
 - vooral veel binnengemeentelijke verhuizingen, en een sterke relatie met regiogemeenten
 - er komen ook steeds meer Randstedelingen naar Zwolle, maar per saldo zijn instroom en uitstroom ongeveer gelijk
 - Zwolle is nog niet heel succesvol in het aantrekken en vasthouden van studenten/afgestudeerden.
- Zwolle heeft een breed samengestelde economie en een sterke economische structuur. Er ligt bovendien een forse ambitie:
 - vierde economische toplocatie van Nederland
 - Experimentele Hanzestad
 - innovatie
 - focus op gezondheid, ICT, maak
- ***Er liggen meerdere uitdagingen:***
 - ***meer instroom***
 - ***vasthouden en aantrekken van jonge huishoudens en innovatieve talenten***
 - ***sterke vergrijzing, die vraagt om een passende woningvoorraad******Coördinatie van de ontwikkeling van de focusgebieden is verstandig!***



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

2. Kansrijke doelgroepen (en wat kan de markt gelijktijdig aan?) en leefstijlen



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELUKE PLANNING >>>
Part of Sweco

2.1 Doelgroepen stedelijke woonmilieus naar huishoudenstype en leeftijden

ALLEENSTAANDEN	STELLEN	GEZINNEN
Toename 2030: + 3.100 huishoudens 2030-2040: + 4.000 huishoudens	Toename 2030: + 1.090 huishoudens 2030-2040: + 1.530 huishoudens	Toename 2030: + 595 huishoudens 2030-2040: + 870 huishoudens
Nadruk: 35 tot 55 jarigen (eengezinswoning), verhuis geneigd 42%	Nadruk: 75 plussers (appartement) verhuis geneigd 21%	Nadruk: Dominante vraag eengezinswoningen
75 plussers (appartement) verhuis geneigd 21%		
Potentiele vraag stedelijke woonmilieus:	Potentiele vraag stedelijke woonmilieus:	Potentiele vraag stedelijke woonmilieus:
2.580 woningen tot 2030 1.965 woningen 2030 en 2040	575 woningen tot 2030 - geen toename in 2030 en 2040	510 woningen tot 2030 740 woningen 2030 en 2040

Bron: Primos2021 en WoON 2018



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

Confrontatie stedelijke woonbehoefte - stedelijke plancapaciteit

	Plancapaciteit tot 2040 FOCUSGEBIEDEN	Behoefte		Verschil tot 2040
		2030	2040	
Centrum stedelijk	5.000 – 6.500	375	175	+ 4.450 / + 5.950
Buiten centrum	2.300 – 2.800	2.260	1.640	-1.600 / -1.100
Groen stedelijk	3.700 - 3.800	1.300	1.075	+1.325 / +1.425
TOTAAL	11.000 - 13.100	3.935 130% = 5.115	2.890 130% = 3.757	+ 4.175 / + 6.275
		<i>Behoefte stedelijke woonmilieus circa 6.900 tot 2040</i>		

- De **potentiële vraag** naar stedelijke woonmilieus ligt lager dan de bouwambitie

Woonmilieus:

- Buiten centrum woonmilieus: meer in verhouding met behoefte
- Centrum stedelijk: plancapaciteit overstijgt behoefte in ruime mate



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

Woonbehoefte van maatschappelijke doelgroepen

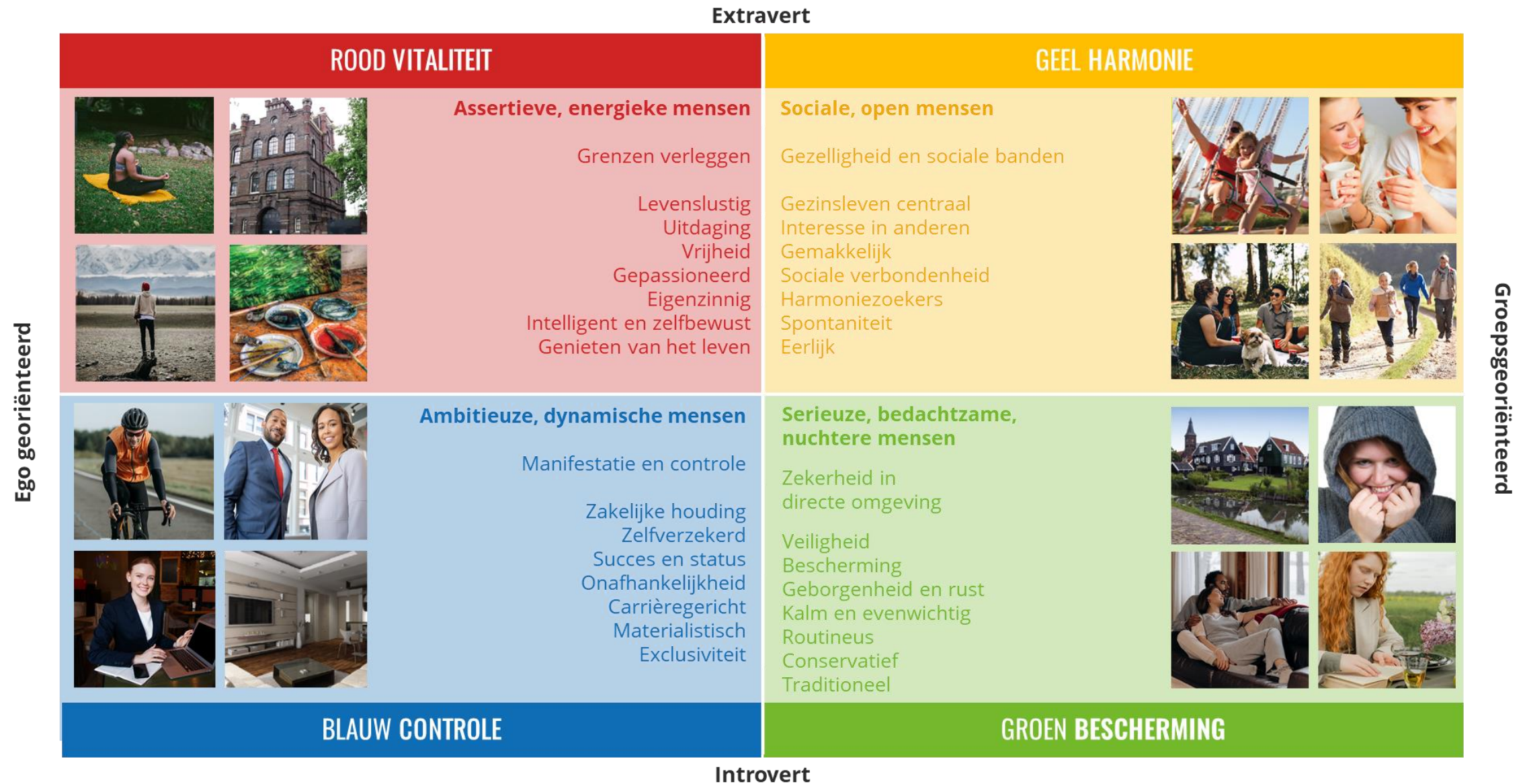
Huisvesting	Behoefte tot 2030	Aannames
Uitstroom beschermd wonen	140 per jaar	Regionale opgave, aanname 80% daarvan in Zwolle
Statushouders	180 per jaar	Gemiddeld 2 pp per hh
Arbeidsmigranten	25 tot 55 per jaar 10-15 per jaar	Shortstay/midstay Longstay
TOTAAL maatschappelijke doelgroepen TOTAAL arbeidsmigranten	Ca. 320 per jaar 35-70 per jaar	



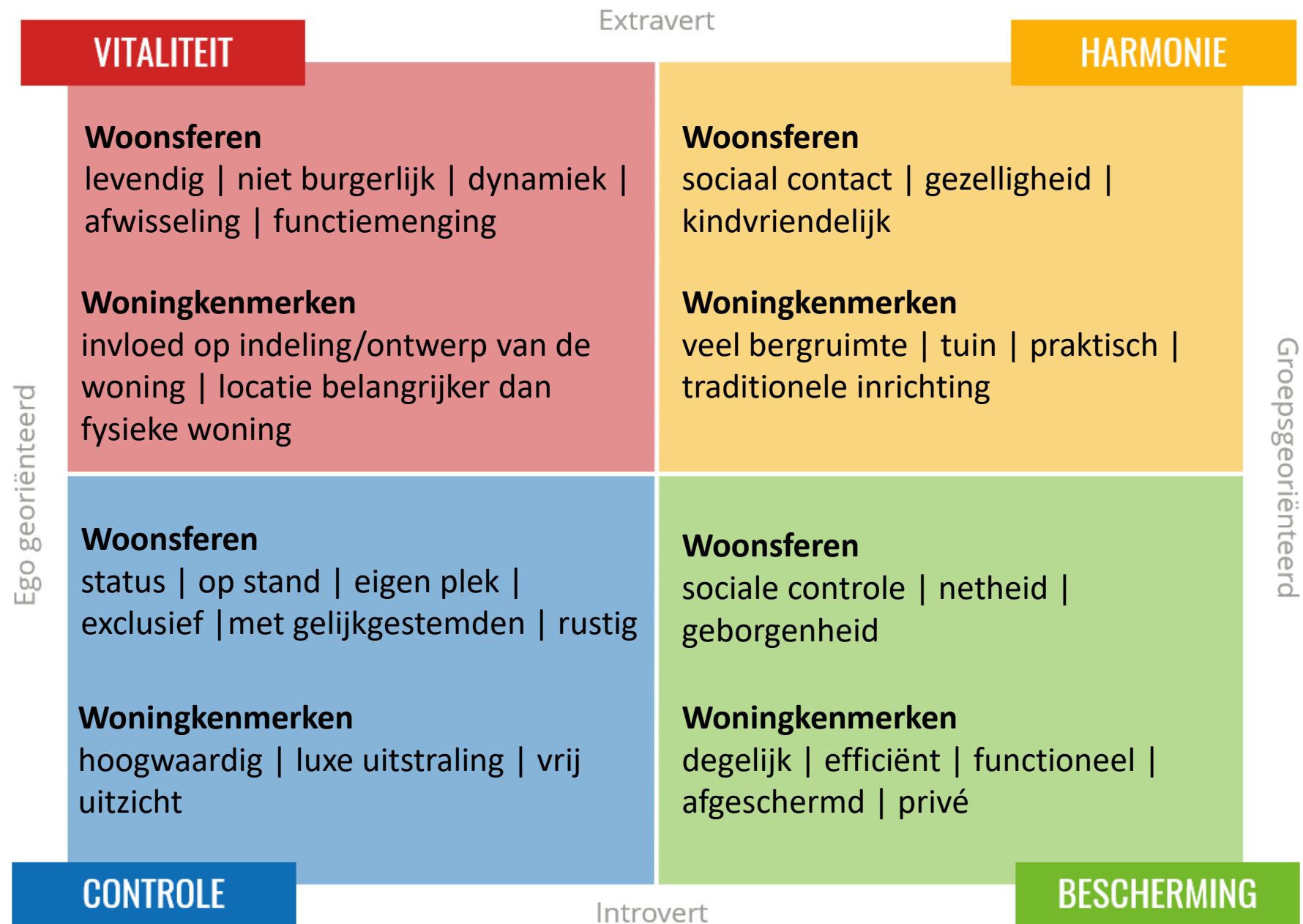
Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

2.2 Doelgroepen stedelijke woonmilieus naar leefstijlen introductie BSR



BSR: Woonsferen en woningkenmerken



BSR: Sfeerbeelden wonen



Kansrijke BSR-leefstijlen per focusgebied

	Geel	Groen	Blauw	Rood
Spoorzone			X	X
Stadshart	X		X	X
Zwartewaterallee	X	X		X
Stadshagen	X	X	X	
Oosterenk			X	
Harculo	X			X



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

3. Profilering en positionering van de focusgebieden (en een voorbeeld van een brandsheet)



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

Zwolle Woonstad

Kernkwaliteiten:

- 10 minuten stad
- historische binnenstad met uitgebreid vrijetijdsaanbod
- compleet en divers woningaanbod
- economisch sterke regio met veel werkgelegenheid en onderwijs
- groene ommeland



Merkwaarden:

- Experimenteel
- Creatief
- Ondernemend
- Er voor elkaar zijn
- Kwaliteit
- Zwolse Maat

Wonen in Zwolle is stedelijk wonen in een experimentele, creatieve, ondernemende en sociaal betrokken Hanzestad met een compleet en divers woningaanbod in een breed palet van woonmilieus. In deze compacte 10-minutenstad is de historische binnenstad met uitgebreid voorzieningenaanbod en het groene ommeland altijd dichtbij. Zwolle ligt in een economisch sterke regio op het gebied van ICT, E-Commerce, Health en de Creatieve maakindustrie, wat leidt tot veel werkgelegenheid dichtbij huis.



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

ALS VOORBEELD Stadshart

Levendig

Kernkwaliteiten

- Historische binnenstad met grachten en water
- Compacte binnenstad
- Functiemix
- Divers stedelijk woningaanbod



Merkwaarden

- Verwonderen
- Gezellig
- Schoonheid
- Compact

Wonen in het stadshart van Zwolle betekent wonen op een manier die bij jou past in een gezellige, levendige, historische (binnen)stad met alle voorzieningen op loopafstand. De compacte Zwolse maat, de schoonheid van de grachten en de historische architectuur en de functiemix doet bewoners van jong tot oud verwonderen en verrassen en stimuleert ontmoeting.

Zwolle



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

IN OVERZICHT Brandsheets voor Zwolle en de focusgebieden

Zwolle Woonstad

- Kernkwaliteiten: 10 minuten stad, historische binnenstad met uitgebreid vrijetijdsaanbod, compleet en divers woningaanbod, economisch sterke regio met veel werkgelegenheid en onderwijs, groene ommeland
- Merkwaarden: Experimenteel, Creatief, Ondernemend, Er voor elkaar zijn, Kwaliteit, Zwolse Maat



Spoorzone

Rauw

Hoogstedelijk woonmilieu met (inter)nationale aantrekkingskracht

Stadshart

Levendig

Binnenstedelijk wonen

Zwartewater-allee

Compact

Innovatief wonen aan, met en in het water

Stadshagen

Comfortabel

Levendige stadswijk

Oosterenk

Gezondheid

Dynamische stadswijk met woon-, werk- en zorgfuncties

Harculo

Energiek

Energieke stadswijk

Zwolle



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>

Part of Sweco

4. Matching van doelgroepen en focusgebieden en toelichting gebiedsprofielen



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

Matching van doelgroepen en focusgebieden– de puzzel

- De totale plancapaciteit in stedelijke woonmilieus is groter dan de geraamde behoefte
- Er is relatief veel productie gepland in de centrumstedelijke woonmilieus
- Er kan schaarste ontstaan aan buitencentrum milieus, met name tot 2030
- Er is een ruime plancapaciteit in groenstedelijke woonmilieus
- Rekening houden met een jaarlijkse vraag van ca. 160 woningen voor diverse maatschappelijke doelgroepen en 35 woningen voor arbeidsmigranten
- Er ligt een (grote) opgave in:
 - het boeien & binden van studenten/jonge huishoudens
 - accommoderen van de vergrijzing van de woningvraag
- Leefstijlen die nu aanwezig zijn in Zwolle, worden (ook) bediend in de nieuwe plannen.
- De Zwolse merkwaarden en ambities worden bescheiden verankerd. Met name 'creatief' en 'experimenteel' komt buiten de Spoorzone weinig tot uiting.
- In Harculo is er mogelijk spanning tussen dichtheid van de bebouwing enerzijds en merkwaarden/kernkwaliteiten anderzijds



Oplossingsrichtingen voor de puzzel –aanzet voor de matching (1)

Maak het onderscheid op de merkwaarden

- Er zijn veel woningen gepland in de centrumstedelijke woonmilieus Stadshart en Spoorzone: benut de onderscheidende merkwaarden, met name in Stadshart en Spoorzone optimaal om verschillende doelgroepen aan te spreken.

Maak scherpe keuzes op leefstijlen om ambities te dienen

- Er is ruimte om scherp te kiezen op leefstijlen en woonsferen die er nog niet zijn en goed passen bij de ambities (rode belevingswereld, ECO met bijbehorend economisch programma).

Differentieer binnen de verschillende woonmilieus

- Er zijn relatief weinig woningen gepland in buitencentrum milieus, met name tot 2030. Ontwikkel onderdelen van het Stadshart – met name Nieuwe Veemarkt en mogelijk ook Noorderkwartier – als een semi buitencentrum milieu; met lagere dichtheden.

Pak door in sterke woonmilieus

- Er zijn veel woningen gepland in groenstedelijke woonmilieus; het gaat om locaties met voldoende onderscheidende kenmerken en (deels) een bewezen marktpotentie; naar verwachting volstaat een goede fasering.



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

Oplossingsrichtingen voor de puzzel – aanzet voor de matching (2)

Accomoderen van maatschappelijke doelgroepen

- Wat de ca. 160 woningen/jaar voor maatschappelijke doelgroepen en 35 woningen voor arbeidsmigranten betreft, is het uitgangspunt een intelligente spreiding over de focusgebieden, mede op basis van de gebiedskwaliteiten.

Boeien & binden

- Van doelgroepen die zich bij uitstek thuisvoelen in stedelijke woonomgeving: studenten & jongeren.
 - Aanbieden van voldoende aantrekkelijke en betaalbare huisvesting;
 - Regelvrije gebieden met ruimte voor innovatie en experiment (Spoorzone).
 - Versterken van de algemene Zwollepromotie in de richting van starters op woningmarkt en arbeidsmarkt.

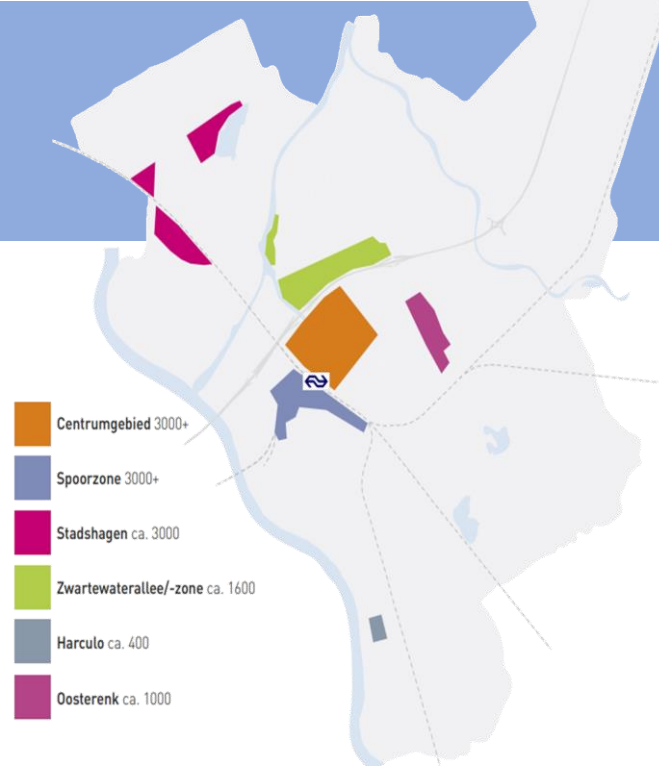
Bouwen voor senioren met een stedelijke woonwens

- Er is een opgave in voldoende passende woningen voor de sterke vergrijzing; verleid oudere huishoudens tot verhuizen door aantrekkelijke woonconcepten op aantrekkelijke plekken. Dat draagt ook bij aan doorstroming.



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco



Introductie van de Gebiedsprofielen:

Voor elk van de focusgebieden wordt weergegeven:

- ❖ De actuele profilering
- ❖ De plannen 2030/2040
- ❖ Conclusies en programma-advies

De gebiedsprofielen zijn geordend naar woonmilieus (ABF-definitie):

- ❖ *Centrumstedelijk woonmilieu – totaal in focusgebieden 5.000-7.500 woningen*
- ❖ *Buitencentrum woonmilieu – totaal in focusgebieden 2.300- 2.800 woningen*
- ❖ *Groenstedelijk woonmilieu – totaal in focusgebieden 4.700- 4.800 woningen*

Gebiedsprofielen naar focusgebieden en woonmilieues

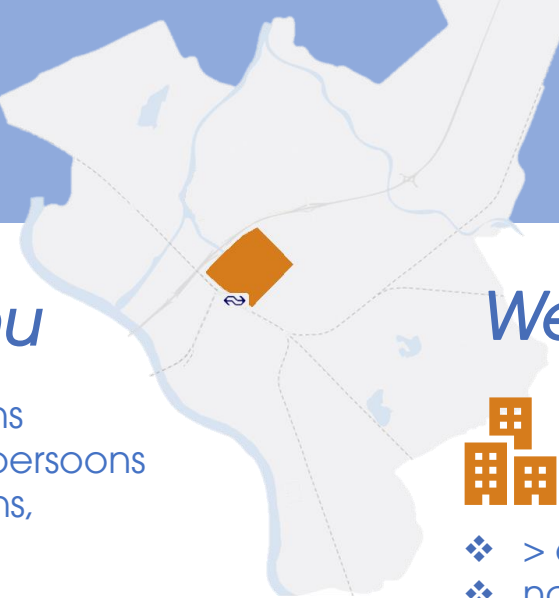
- | | |
|---------------------------|------------------------------|
| ❖ Stadshart | centrumstedelijk |
| ❖ Spoorzone | centrumstedelijk |
| ❖ Zwartewaterallee/- zone | buitencentrum/groenstedelijk |
| ❖ Oosterenk | buitencentrum |
| ❖ Stadshagen | groenstedelijk |
| ❖ Harculo | groenstedelijk |

Voorbeeld STADSHART

De actuele profilering (2022)

Wie wonen er nu

- ❖ Ruim 7.900 huishoudens
- ❖ Overwegend 1- en 2-persoons
- ❖ Veel jonge huishoudens, vooral 25-40 jarigen



Welk woonmilieu (ABF)



CENTRUM STEDELIJK

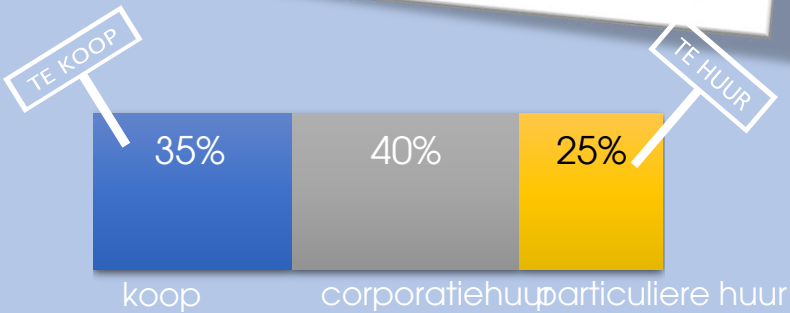
- ❖ > 60 woningen per hectare
- ❖ nabij voorzieningen
- ❖ menging wonen, winkels en werken



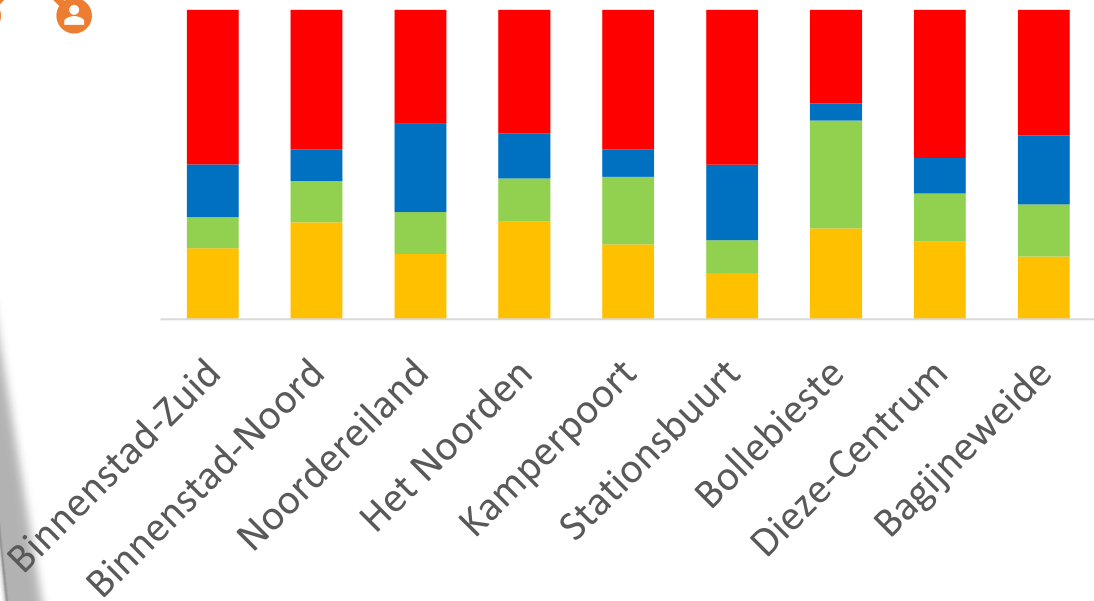
Welke woningen staan er al



- ❖ Ruim 7.800 woningen
- ❖ Bijna 70% gestapeld
- ❖ Circa 2/3 deel is huur (sociaal/particulier)



Welke leefstijlen zijn er nu (BSR)



Wat zijn de plannen



- ❖ Totaal 2.000-2.500 woningen
- ❖ Op 15 à 20 verschillende locaties
- ❖ Grootste locaties:
 - Nieuwe Veemarkt (700 won)
 - Meeuwenlaan (700 won)
 - Noorderkwartier (500 won)

Levendig

★ Merkwaarden



Verwonderen



Gezellig



Compact



Schoonheid



Goed om te weten

In de Zwolse focusgebieden is een relatief grote centrumstedelijke woningproductie opgenomen. Het gaat met name om de focusgebieden Stadshart (2.000-2.500 woningen) en Spoorzone (3.000-4.000 woningen).

Goede afstemming in programma en fasering is van belang!



Kernkwaliteiten

- ❖ Historische binnenstad met grachten en water
- ❖ Compacte binnenstad
- ❖ Functiemix
- ❖ Divers stedelijk woningaanbod

De kernpropositie

“Wonen in het Stadshart van Zwolle betekent wonen op een manier die bij jou past in een gezellige, levendige, historische (binnen)stad met alle voorzieningen op loopafstand. De compacte Zwolse maat, de schoonheid van de grachten en de historische architectuur en de functiemix doet bewoners van jong tot oud verwonderen en verrassen en stimuleert ontmoeting.”

Welke leefstijlen voelen zich er thuis (BSR)

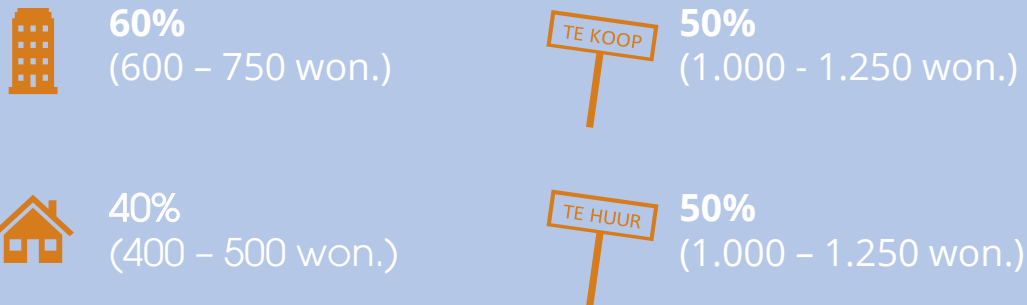


- ❖ Overwegend rode leefstijlen
- ❖ Met ruimte voor blauwe leefstijlen (met name Noorderkwartier)
- ❖ En ruimte voor gele leefstijlen (Nieuwe Veemarkt en Noorderkwartier)

Conclusies en advies

- ❖ Er is veel locatiecapaciteit in centrumstedelijke woonmilieus
- ❖ Zoek daarom het onderscheidend vermogen voor de Stadshartlocaties op de merkwaaarden: schoonheid, historie, cultuur, compact
- ❖ Creëer daarom op een deel van de locaties ook woonmilieus met lagere dichtheden (onder meer Nieuwe Veemarkt en Noorderkwartier)
- ❖ Optimaliseer de mogelijkheden voor doorstroming binnen het Stadshart; onder meer door relatief veel koopwoningen toe te voegen.

Indicatief woonprogramma



Voor welke doelgroepen

- ❖ Senioren, benut Noorderkwartier daarvoor (dichtbij centrum voorzieningen)
- ❖ Kleine huishoudens, doorstarters, 35-55 jaar
- ❖ Stedelijk georiënteerde gezinnen, benut Nieuwe Veemarkt daarvoor
- ❖ Met overwegend rode, maar ook blauwe en gele leefstijlen
- ❖ In totaal 250 woningen reserveren voor maatschappelijke doelgroepen



Zelfstandig wonen en ontmoeten voor senioren.
Park Entree, Schiedam

Eengezinswoningen met daktuin.
Centrum Waddinxveen



5. Programma-advies focusgebieden



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

Programma-advies focusgebieden samengevat

Planvolume	Maatschappelijk	Arbeidsmigranten	Koop	Huur	App.	Grondgebonden
11.000	1.175	210	5.550 50,5%	5.450 49,5%	6.490 59%	4.510 41%

- Verhouding koop; huur = 50,5% - 49,5%
- Verhouding app; grondgebonden = 59% - 41%
- 5.550 koopwoningen
- 5.450 huurwoningen, waarvan
 - 4.075 woningen voor reguliere doelgroepen
 - 1.175 woningen voor maatschappelijke doelgroepen (50% van het totaal)
 - 210 woningen voor arbeidsmigranten (50% van het totaal)



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco

Reacties op de gebiedsprofielen:

- Levert het gebiedsprofiel nog concrete vragen op?
- Kun je met dit gebiedsprofiel aan de slag in jouw ontwikkelgebied?
- Hoe sluit dit gebiedsprofiel aan op hetgeen nu in het gebied gebeurt?
- Wat heb je nog van Wonen nodig?



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>
Part of Sweco