

‘Lelystad heeft iets te bieden in de Metropoolregio Amsterdam’

14-11-2016 10:19

Investeren in woonmarketing, investeren in de economie en het Stadshart èn de kracht van de buitenwijken van Lelystad benutten: Fakton heeft in samenwerking met SpringCo onderzoek gedaan naar de kansen op de woningmarkt van Lelystad. En dat levert verrassende inzichten op. Onderzoeker Iris van Donselaar vertelt.

Kansen zijn er genoeg voor Lelystad, dat staat buiten kijf. De druk op de Amsterdamse woningmarkt werkt als een olievlek: in de enorme vraag naar woningen kan Lelystad een oplossing bieden voor met name gezinnen. Tel daarbij op dat je als Lelystedeling met de trein sneller in het centrum van de hoofdstad bent dan menig Amsterdammer die de metro of bus moet nemen en de kans is niet moeilijk te herkennen.

Buitenring

De eerste vraag is dan: hoe zet je Lelystad als aantrekkelijke woonstad in de markt? Welke kanten van Lelystad moet je laten zien? Het onderzoek van Fakton toont dat duidelijk aan. "De sterkste kanten van Lelystad liggen in de buitenring met ruimte, rust, groen en water. De buitenwijken van Lelystad bieden woonmilieus die uniek zijn in de Metropoolregio Amsterdam. Dat is het visitekaartje van de stad. Van daaruit kan je naar binnen werken. Want de mensen die in die wijken wonen en gaan wonen, hebben ook behoefte aan een levendig Stadshart. Met een kernwinkelvoorraad, maar ook met aanverwante functies als cultuur, leisure en andere zaken die het verblijven in de stad aantrekkelijk maken. Inzetten op verbetering van het Stadshart is dus minstens zo belangrijk", zegt Van Donselaar.

Doelgroepen

Dat levert een visie voor de korte en lange termijn op: op de korte termijn inzetten op de kwaliteiten die Lelystad al heeft in de buitenwijken (rust, ruimte, groen en water), op langere termijn zorgen dat de stedelijke voorzieningen op orde zijn en blijven. Dat heeft te maken met de doelgroepen waar voor Lelystad de kansen liggen.

Van Donselaar: "Op dit moment zie je dat voornamelijk jonge gezinnen en gezinnen met wat oudere kinderen in Lelystad komen wonen. Deze doelgroepen herkennen de kwaliteiten van Lelystad, waardoor marketingactiviteiten op korte termijn op deze doelgroepen de meeste impact hebben. Op langere termijn moet Lelystad zich ook richten op de doelgroepen die Lelystad op dit moment verlaten, zoals alleenstaanden. Die mensen willen niet alleen een geschikt woonproduct, maar vinden ook een levendig Stadshart van groot belang. Daarom is versterking van het nu matig functionerende Stadshart essentieel voor de toekomst van Lelystad".

Woningtypes

Deze potentiële doelgroepen laten ook zien waar de kansen liggen voor Lelystad op woningbouwgebied. "Het bijzondere is dat de jonge gezinnen en de gezinnen met wat oudere kinderen ook de grootste groep van vertrekkers uit Lelystad vormen. Zij verhuizen naar middeldure of dure eengezinskoopwoningen. Doordat de nieuwbouwproductie de afgelopen jaren vrijwel stil is komen te liggen, zijn deze nieuwbouwwoningen nauwelijks in Lelystad aanwezig. Daar liggen dus kansen", vertelt Van Donselaar.

Ze vervolgt: "Alleenstaanden zoeken in Lelystad juist woningen in het woonmilieu midden/hoogbouw. Dit woonmilieu is niet aanwezig in Lelystad. Dit is een populair woonmilieu onder alleenstaanden in alle leeftijdscategorieën. Mogelijk is het creëren van dit woonmilieu samen met een sterk Stadshart een kans om deze doelgroepen te behouden".

Eenzijdig aanbod

Eén en ander zegt dus wat over de kansen voor Lelystad volgens Van Donselaar. "De eenzijdige samenstelling van de huidige woningvoorraad is echter de grootste uitdaging. De voorraad in het middeldure en dure segment is zeer beperkt. Daarnaast bestaat de voorraad uit bijna alleen eengezinswoningen. Het is logisch dat het historisch zo gegroeid is, maar dit is gezien de huidige marktrends het moment om daar verandering in aan te brengen".

De boodschap dat Lelystad zich ook moet richten op nichemarkten, zoals die onlangs klonk op de eerste Lelystadse Ontwikkeldag, is iets wat Van Donselaar herkent. "De tijd van grote eenzijdige woningbouwprojecten in Lelystad is in ieder geval definitief voorbij. Dat hoeft je ook niet jammer te vinden, want dat heeft het beeld van eentonigheid opgeleverd. Ons onderzoek toont bijvoorbeeld aan dat er in potentie kansen liggen voor vrije kavels, waar mensen zelf op kunnen bouwen. Lelystad kan daar uitstekend in voorzien".

Tijd en geld

Fakton adviseert, op basis van onderzoek, de sterke kant van Lelystad nadrukkelijker in de etalage te zetten: de groene, ruime randen van de stad (Fakton noemt dat in haar rapport 'de buitenring'). "Dat kan dan als olievlek dienen voor een beweging naar binnen, waarbij een strategie voor de herontwikkeling van de kern van Lelystad onontbeerlijk is", aldus Van Donselaar.

En natuurlijk kost het sterker positioneren van Lelystad als aantrekkelijke woonstad geld. "En tijd", vult Van Donselaar aan. "Dat brengt meer met zich mee dan alleen een woonmarketingcampagne. Zoiets moet ook niet alleen vanuit de sector wonen worden opgezet, maar moet worden gecombineerd met de bredere stadsontwikkeling, economische versterking en citymarketing van Lelystad".

Veel van de aanbevelingen in het Faktonrapport komen overeen met bestaand en voorgenomen beleid. Zo heeft de gemeenteraad in de Woonvisie al een voorkeur uitgesproken voor nieuwbouw in het middeldure en duurdere segment en is versterking en verbetering van het Stadshart topprioriteit. "Lelystad zal zelfbewust keuzes moeten maken hoe voor de lange termijn de stad avontuurlijk en gastvrij blijft voor nieuwe en huidige inwoners. Maar dat kan ook. Lelystad heeft iets te bieden in de Metropoolregio Amsterdam!", zegt Van Donselaar tot besluit.

Een bijdrage van [Fakton](#).