



Uitgangspunten De Bronnen



1 Algemene uitgangspunten

- Lange termijn ontwikkelingsperspectief vereist dat we over korte termijn marktperspectief heen kijken, lastig maar zeer noodzakelijk.
- De Bronnen heeft beperkte lokale behoeftebasis en wordt ontwikkeld voor de opvang regionale woningbehoefte. De eigen woningbehoefte van Vries (80 woningen 2010-2020) kan grotendeels op bestaande (transformatie) locaties worden opgevangen. De kwalitatieve samenstelling van de plannen behoefte dan wel aanpassing (te veel appartementen) of doorschuif naar De Bronnen
- Vries heeft geen uitgesproken migratieprofiel. De reguliere migratievraag betreft circa 30 woningen per jaar. Vestigers van buiten de gemeente betrekken circa 40% van de vrijkomende woningen (20% in de huur, 80% in de koop).
- Kwalitatieve koopvraag vestigers in 2005-2011:
25% <200.000, 40% 200-300.000, 35% > 300.000
- Door vergrijzing neemt natuurlijk woningaanbod toe. Voor 2010-2020 circa 200 woningen. Vooral vrijstaande woningen in de koopsector en seniorenwoningen in de huursector.
- Vries trekt vooral vestigers uit rest NL (40%) en Groningen (25%) en Assen en overig RGA samen 35% (elk de helft).

2 Locatiespecifieke kenmerken

- In zoekgedrag van vestigers is naast de locatiewaarde met name ook kwaliteit centrum/voorzieningen(-) en imago (dorps) belangrijk.
- Locatiewaarde is hoog voor liefhebbers van landschappelijk wonen (houtwallen/kampenlandschap) met natuurlijke faseringsmogelijkheden
- Situering is achter bestaande lintbebouwing/bestaande woonbuurten ,dus geen etalage/zichtlocatie als bij Groote Veen. De vaart/A28 zijn infrastructurele begrenzers zodat ontsluiting via bestaande bebouwing loopt (geen nieuw front)
- De locatiewaarden zullen (hierdoor) vooral bij lokale woningzoekenden bekend zijn: pioniersrol lokale doorstromers belangrijk.
- Vanuit Groningen e.o. gezien is Eelde-Paterswolde een “intervening opportunity” in een kern met meer imago. Afstemming met Groote Veen is belangrijk om geen concurrent in eigen huis te creëren. Ter Borch wordt gezien als meer stedelijke ontwikkeling bij Groningen met ander woonmilieu. Wel roept TB een deel van het dure segment af voor verder weg gelegen locaties.
- De meerwaarde van een MFA in de nieuwe wijk is betrekkelijk. Gezinnen met jonge kinderen zijn en worden schaars. Duurdere marktsegmenten trekken vooral huishoudens aan met oudere kinderen, empty nesters/jonge senioren zullen als doelgroep in de toekomst belangrijker worden, zeker in dit soort locaties met landschappelijke waarde en uitloopmogelijkheden.

3 Programmatische uitgangspunten

- De ambitie is 550 woningen. Dit betekent, uitgaan van een exploitatieperiode van 15 jaar, een extra instroom van 35 huishoudens p.j.. Dit is meer dan een verdubbeling ten opzichte van de huidige situatie.
- Uit marktoogpunt is het verstandig vooralsnog uit te gaan van een plan van 200-300 woningen, 15-20 woningen p.j.
- Dit is meer passend bij de schaal en natuurlijke opname capaciteit van Vries: 40 doorstromers en 30 vestigers p.j.
- Het zorgt ook voor een betere sociale inbedding doordat lokale doorstromers optimaal bediend kunnen worden en vestigers deels in de bestaande voorraad landen zoals dat nu ook gebeurt.
- De lokale doorstroming is bovendien ook goed voor starters omdat goedkopere woningen in de voorraad beschikbaar komen
- Rond 2020/25 kan worden bezien of verder uitleg realistisch is, zo niet dan is er een volwaardige afgeronde wijk gerealiseerd.
- Gelet op migratievraag en stimulering lokale doorstroming is een gedifferentieerd aanbod wenselijk. Voor de identiteit zijn gelijksoortige buurtjes gewenst.
- Bedacht moet worden dat de eerste bouwclusters sterk bepalend zijn voor het imago van het project: dus kritisch blijven en starten met gewenste ambitie.

8.3 Programmatische uitgangspunten II

- Door een eigen ruimtelijke kwaliteit te ontwikkelen die verschilt van aangrenzende buurten (Boskamp/Groenkampen/Klaverkampen) met een krachtige wijkontsluiting kan ondanks fasering een eigen identiteit tot stand komen ipv een breiwerkje aan bestaande wijken. Dit moet goed bewaakt en gecommuniceerd worden.
- Hiervoor is het vereist de kwaliteit (ruimte, kavels/woningtypologie) niet te veel mee te laten bewegen met conjunctuur. Belangrijk is een strategische toevoeging: dit is de laatste keer. Kwaliteit betaalt zich uit.
- Kwaliteitsverbetering Centrum is een belangrijke voorwaarde voor succesvolle werving van migratievraag. Retail ondergaat (komend decennium) grote veranderingen. Om toekomstbestendigheid en enige levendigheid in het centrum te garanderen pleit er veel voor het MFA in het centrum te situeren. Bovendien is een MFA als centrum voor onderwijs, ontmoeting en cultuur .een van de voorzieningen waar gemeente zelf de regie kan voeren.

Imagine the result