

**Aantrekkelijke openbare ruimte voor
de succesvolle stad van morgen**

Mark Degenkamp
Gemeente Utrecht
M.degenkamp@utrecht.nl

Christiaan Kwantes
Goudappel Coffeng
ckwantes@goudappel.nl

**Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk
22 en 23 november 2012, Amsterdam**

Samenvatting

Aantrekkelijke openbare ruimte voor de succesvolle stad van morgen

Utrecht maakt zich klaar voor de toekomst. Belangrijk is de wederopkomst van de stad als een hoog verdichte knoop met functies voor inwoners, werkers en bezoekers, onderling verbonden door een continue, prettige openbare ruimte. Hierop inspelen met een mobiliteitsplan vergt een onorthodoxe insteek, waarbij ruimtelijke ordening en mobiliteit samenwerken.

Waarom een aantrekkelijke stad?

Waar begin 20^e eeuw het leven op straat plaatsvond, werd met de opkomst van de auto de straat een doorgangspek. Vanaf de jaren 1970 kwam de straat als sociale ontmoetingsruimte weer onder de aandacht. Anno nu krijgt de openbare ruimte ook weer economisch belang toegekend. De openbare ruimte als visitekaartje en ontmoetingsplek van de stad, voor zakelijke ontmoetingen, cultuur, horeca, toerisme en sport.

Hoe maken we de stad aantrekkelijk?

Utrecht laat de kwaliteit van plekken leidend zijn bij de keuzes rondom bereikbaarheid. In Utrecht zijn verschillende stedelijke milieus vastgesteld, elk met zijn mogelijkheden en beperkingen. Sommige milieus bepalen hét beeld van de stad voor bezoekers. Andere milieus hebben relatief veel fysieke ruimte beschikbaar, zodat minder strenge keuzes nodig zijn. De verkeersnetwerken krijgen een opbouw, passend bij het stedelijke milieu waarin zij zich bevinden.

Wat zijn ordenende uitwerkingsprincipes?

De keuzes voor de stadsmilieus werkt Utrecht uit voor alle vervoerwijzen. Voor de fiets wordt ingezet op een fietssingel die doorgaand verkeer langs de binnenstad stuurt. Voor langere afstanden komen er doorfietsroutes. Voor het openbaar vervoer is de tram essentieel: het biedt meer kansen op hoogwaardige kwaliteit. Ook is beter benutten van andere OV-knooppunten dan Centraal Station gewenst. Voor de auto is de opgave dit verkeer op de juiste plek te laten rijden en kwalitatief goed in te passen. Geen doorgaand verkeer door het centrum, maar een stadsboulevard als interne drager met ruimtelijke kwaliteit. De voetganger beleeft de openbare ruimte echt en krijgt extra aandacht in het centrum, winkelgebieden, bij OV-knooppunten en bij P+R.

Hoe verder?

De ruimtelijke kwaliteit wordt uiteindelijk bepaald door de uitvoering. Een omslag van sectorale naar gebiedsgewijze aansturing is gewenst. Per gebied worden gezamenlijk kwaliteitsambities geformuleerd. Deze worden vertaald in projecten en een logische fasering.

Maar ook de wijze van gebruik bepaalt de kwaliteitsbeleving. Daarom is het essentieel dat de gestelde ambitie vanaf het begin gedragen wordt door de mensen, bedrijven en instellingen en een atmosfeer ontstaat waarbij zij zelf stappen zetten in de gewenste richting.

1. Inleiding

De stad Utrecht maakt zich klaar voor de toekomst. Maatschappelijke trends moeten richting geven aan de verkeerskundige ingrepen in de stad. Waar traditioneel bereikbaarheid, leefbaarheid en veiligheid de doelen zijn die met een mobiliteitsplan worden nagestreefd, is aantrekkelijkheid van de stad een minstens zo belangrijk motief. Dit vergt een onorthodoxe insteek bij een mobiliteitsplan.

Mobiliteit: meer integraal werken

Waar de disciplines ruimtelijke ordening en mobiliteit jaren geleden relatief onafhankelijk van elkaar opereerden, is dat nu niet meer te veroorloven. Zeker nu de aandacht meer verschuift naar binnenstedelijk bouwen en knooppuntontwikkeling. Mobiliteit en ruimte liggen hier letterlijk tegen elkaar aan. Bovendien: verkeer staat niet op zichzelf, maar ten dienste van maatschappelijke doelen zoals welvaart en welzijn. Ook in Utrecht hebben de disciplines elkaar nadrukkelijker opgezocht.

Trends geven richting aan een robuuste beleidskoers

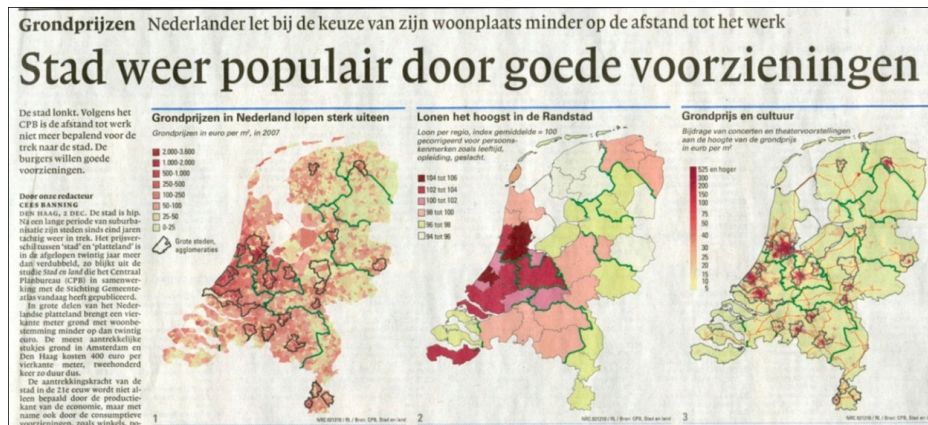
De maatschappij is sterk in beweging door onder andere technologische, sociaal-culturele en demografische veranderingen. Achter hypes van I-pads, facebook, elektrische fietsen en auto's en 'het nieuwe werken' houden zich robuuste trends verborgen. Deze trends hebben grote invloed op de wijze waarop we naar de stad en mobiliteit moeten kijken.

Belang van aantrekkelijke stad

Een belangrijke trend is de wederopkomst van de stad als een hoog verdichte knoop met functies voor inwoners, werkers en bezoekers, onderling verbonden door een continue, prettige openbare ruimte. Een aantrekkelijke openbare ruimte in de stad is belangrijk, zeker voor Utrecht dat zich profileert als stad van kennis en cultuur. Prettige ontmoetingsruimten zijn goed voor de sociale en culturele ontplooiing van mensen, maar het heeft ook een economische reden; prettige straten en pleinen trekken nieuwe inwoners, bedrijven en bezoekers. En waar mensen bij elkaar komen, wordt ook geld verdiend. Het is een herwaardering van de klassieke compacte stad, maar dan met de technologie van de 21^{ste} eeuw.



Figuur 1: Herwaardering van de openbare ruimte: de Neude in Utrecht rond 1900 als verblijfsruimte, rond 1975 als parkeerplaats en nu weer als hoogwaardige verblijfsruimte. (foto's links en midden: Het Utrechts Archief)



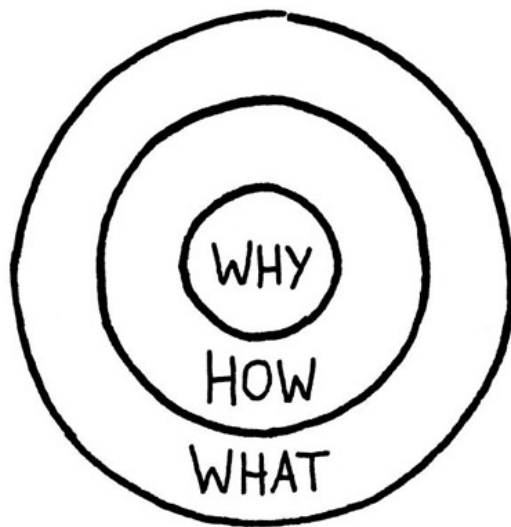
Figuur 2: Stad weer populair door goede voorzieningen (NRC, 2010)

Dit paper

Dit paper beschrijft het werkproces dat de gemeente Utrecht doorloopt. Er ligt een raadsbesluit dat de keuze voor een bereikbare én aantrekkelijke stad onderschrijft. Nu is het tijd voor concrete verkeersplanologische uitwerking. Dit gebeurt in nauwe samenwerking met de ruimtelijke discipline. Dit paper doet hier verslag van. In het verlengde van de zogenaamde 'golden circle' van Simon Sinek (www.startwithwhy.com) heeft dit paper de volgende opbouw:

- WAAROM is een aantrekkelijke stad de basis voor succes?
- HOE maken we de stad met verkeersinfrastructuur aantrekkelijk?
- WAT zijn ordenende uitwerkingsprincipes per vervoerwijze?

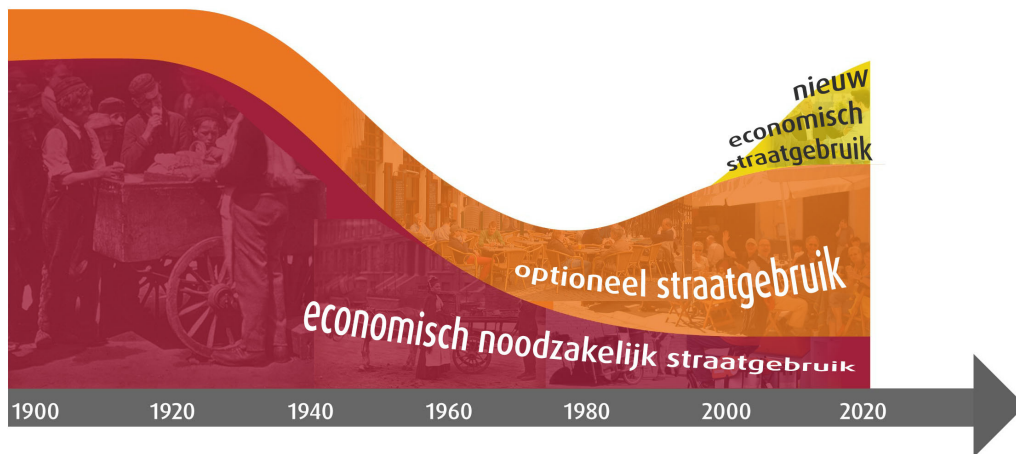
Omdat dit paper verslag doet van een lopend werkproces, wordt afgesloten met een hoofdstuk 'hoe verder'.



Figuur 3: de golden circle

2. WAAROM: een aantrekkelijke stad als basis voor succes

Eén van de meest elementaire vragen voor verkeersplanologen is: 'wat voor stad wil je zijn?' Gebruikers van steden hebben een steeds grotere behoefte aan een hoge ruimtelijke kwaliteit van de openbare ruimte. Deze trend is onderdeel van een groter patroon, dat langer teruggrijpt in de geschiedenis.



Figuur 4: schema verandering in het gebruik van de openbare ruimte (bewerking op figuur Jan Gehl)

Veranderingen in het gebruik van de openbare ruimte

De openbare ruimte is in loop van tijd aan verandering onderhevig geweest:

- Voor de stedeling in het begin van de 20^{ste} eeuw was de straat een economisch noodzakelijk onderdeel van het leven. Dit was de plek waar alle sociale activiteiten plaatsvonden, waar ook de fysieke levensbehoeften werden verworven en waar handel werd gedreven. Er was echt sprake van 'straatleven'.
- Met de opkomst van de auto, ervoer de stedeling de straat steeds meer als snelle passage in plaats van een ontmoetingsplaats. Stedelingen gingen wonen in een huisje met een besloten tuintje. Men reed met de auto snel naar het werk. Boodschappen deden we steeds meer bij één supermarkt met een parkeerplaats erbij. De straat dreigde vooral doorgangsruijme te worden. Paradoxaal werd dit gezien als redding van de stad. Bijvoorbeeld de Amerikaanse planner David Jokinen schreef bijvoorbeeld in deze lijn het Nederlandse boekje 'Geef de stad een kans'. (Jokinen, 1967)
- Deze ontwikkeling leidde tot een tegenbeweging vanaf de jaren 1970. Idealisten brachten de straat als ontmoetingsruimte weer onder de aandacht. Maar waar het vroeger ging om noodzakelijke activiteiten op straat, ging het nu meer om de straat als plek voor optionele activiteiten: informeel burenccontact, het 'pakken van een terrasje', winkelen en sporten. Dit was de tijd van de eerste autovrije winkelstraten en de woonerven. Het ging in het begin om kleinschalige bottom-up-filosofieën. De Amerikaanse activist Jane Jacobs was hier een vroege pionier. (Jacobs, 1961)

- Anno nu zien we een nieuwe interessante trend opkomen. 'Straatbeleving' met de openbare ruimte als ontmoetingsplek krijgt niet alleen een sociaal-cultureel, maar ook weer een economisch belang toegekend. Het gaat dan om: zakelijke ontmoetingsfuncties in de stad, cultuurvoorzieningen als musea en kunstpodia als economische motor, nieuwe vormen van horeca, toerisme, sport. Naast een sociaal-culturele behoefte, is er nu ook opnieuw een expliciet economisch gedreven behoefte aan een hoogwaardige belevingskwaliteit van de stad. De Deense architect Jan Gehl is hiervan een belangrijke voorvechter (Gehl, 2010).

Nieuwe mensen, nieuwe wensen

Vooraf jongere hoogopgeleide mensen adopteren een andere blik op het dagelijks leven. Werken wordt steeds meer 'ontmoeten'. En de grenzen tussen werk en privé vervagen. We zien een opkomst van het zakelijk gebruik van social media, smart phones, het nieuwe werken en bijvoorbeeld openbare, tijdelijke werkplekken. Winkelen verandert ook: veel 'must'-aankopen doen we thuis via virtuele internetshops, maar voor emotionele 'fun'-aankopen gaan we juist graag naar experience-centers om in een prettige en sfeervolle omgeving onze potentiële aankoop te bevoelen en te bekijken. Waar babyboomers eerder kozen voor een suburbane levensstijl (zoals in TV-series uit de jaren 1960 als 'the Wonder Years'), kiest de generatie Y (geboren vanaf circa 1980) vaker bewust voor een hoogstedelijke levensstijl (zoals in TV-series uit de tweede helft van de jaren 1990 als 'Seinfeld' en 'Friends').
(www.placeshakers.wordpress.com)



Figuur 5: links suburbane levensstijl, rechts hoogstedelijke levensstijl

Nieuwe eis: een aantrekkelijke stedelijke openbare ruimte

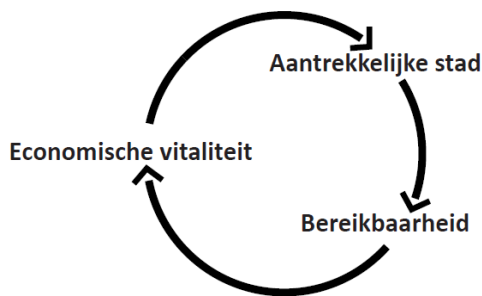
Het is belangrijk om met de inrichting van onze steden mee te bewegen met de gebruikers. Het gaat zelfs om een concurrentieslag. Zoals de Amsterdamse wethouder Maarten van Poelgeest het verwoordde (vrij vertaald): 'In de industriële tijd verhuisden de mensen naar de plekken waar het werk was. In het huidige informatietijdperk is het juist andersom: bedrijven kiezen de plekken waar hoogopgeleide mensen zijn. En hoogopgeleide mensen kiezen voor hoogstedelijke en groene steden waar het prettig is om te leven. De stad moet hierin investeren'. Vodafone is een voorbeeld hiervan. Dit bedrijf verhuisde in 2008 naar het Oosterdokseiland in Amsterdam-centrum. Vodafone koos ervoor om dicht bij de belangrijkste klanten, businesspartners, belanghebbenden en markttrends te zitten. (www.over.vodafone.nl, 19 mei 2008).

Waar hebben jonge hoogopgeleide mensen¹ behoefte aan?

Jonge hoogopgeleide mensen houden relatief veel van de dynamische stad met al haar risico's en onverwachte verrassingen. Ze wonen liever in een hoge woondichtheid met levendigheid om de hoek, dan eenzaam in de VINEX. Ze vinden het prettig om online te zijn, bijvoorbeeld via social media. Dit verhoudt zich goed tot openbaar vervoer en langzaam verkeer. Ze gebruiken verschillende vervoerwijzen door elkaar heen, en ze voelen zich minder afhankelijk van de auto. Ze prefereren een prettige verblijfsruimte voor de deur, boven parkeren voor de deur. Ze hechten meer waarde aan beleving en toegang tot middelen dan aan het bezit van middelen. Ze hebben liever een comfortabel park (toegang) dan een bewerkelijke tuin (bezit). Ze doen liever mee met autodelen (toegang) dan dat ze een auto kopen (bezit).
(www.placeshakers.wordpress.com)

De openbare ruimte als visitekaartje

Een goede uitstraling is dus belangrijk voor de toekomst van de stad. Een hoogwaardige openbare ruimte met aantrekkelijke straten nodigt uit om na een bezoek terug te komen, om te flaneren en te verblijven. In een recent artikel in Intermediair bevestigt stedenbouwkundige Maurits de Hoog, hoogleraar aan de TU Delft, het belang van een keuze voor kwaliteit. Over de kracht van binnensteden in de huidige opkomst van internet-shoppen en thuiswerken stelt hij: "Beleving is zo ontzettend belangrijk geworden. Winkelen, uitgaan, werken: we willen het alleen in aantrekkelijke binnensteden [...] We vinden het steeds belangrijker dat we om de hoek leuk kunnen lunchen, met klanten kunnen afspreken bij de Coffee Company en met trein of fiets dicht bij opdrachtgevers en elkaar zitten." (www.intermediair.nl)



Figuur 6: economisch belang van aantrekkelijkheid in een cyclus

¹ Onderzoek (Spangenberg e.a. 2010) laat overigens wel een groeiende tweedeling zien in de jongere generatie. Naast een zelfstandige, hoogopgeleide en assertieve groep is er een groep die minder goed met keuzes en nieuwe media kunnen omgaan (zogenaamde structuurzoekers). Deze groep vraagt ook aandacht, wellicht op andere beleidsterreinen.

Doorwerking naar verkeersinfrastructuur

Sommige plekken in de stad zijn nog relictten uit een ander tijdperk met grote onoverzichtelijke asfaltvlaktes. Vaak gaat het ook nog om strategische plekken die veel waarde hebben voor gebruikers van de stad. In de stad van morgen moet de samenhang tussen gebruik van straten en de ruimtelijke functies beter in balans komen. Dit draagt bij aan een intense beleving van de stad:

- Betere bereikbaarheid voor verkeerssoorten die een toegevoegde waarde hebben in het betreffende gebied (dus: soms keuzes tussen auto, vrachtverkeer, openbaar vervoer, fiets, voetganger)
- Mogelijkheden voor publiekstreckende plintfuncties op strategische locaties met ruime verblijfsfuncties om gebouwen heen
- Goed verbonden en aantrekkelijke verblijfsruimtes en routes door de stad zonder barrières
- Veilige en mensvriendelijke overstekmogelijkheden voor langzaam verkeer op maaiveld en simpele kruispunten
- Geen geluid- en stankhinder



Figuur 7: Catharijnebaan / -singel in Utrecht. Boven: de "stadssnelweg" uit de jaren '70, zoals deze tot enkele jaren geleden nog functioneerde, vlak langs de binnenstad. Onder: na herontwikkeling ontstaat een aantrekkelijke verblijfsruimte, die de - eveneens herontwikkelde - functies langs de singel onderling verbindt.

3. HOE: de kwaliteit van de plaats bepaalt de bereikbaarheid

De gemeente Utrecht heeft gekozen om de kwaliteit van plekken leidend te laten zijn bij de keuzes rondom bereikbaarheid. Elke soort plek vraagt zijn eigen verkeersbeleid. Dit schept een betere balans tussen ruimtelijke kwaliteit en mobiliteit. Het is nieuw om concreet verkeersbeleid zo sterk te baseren op ruimtelijke stedelijke milieus. Inmiddels zijn de hoofdlijnen van beleid vastgelegd door de gemeenteraad in het Ambitiedocument Utrecht aantrekkelijk en bereikbaar. (Gemeente Utrecht, 2012)

Ruimtelijke stedelijke milieus als vertrekpunt

In Utrecht zijn verschillende stedelijke milieus vastgesteld, vanuit de kwaliteit van de ruimte. Elk milieu heeft zijn mogelijkheden en beperkingen. Sommige milieus bepalen meer dan andere milieus hét beeld van de stad voor bezoekers. Dan gaat het om het stationsgebied, de binnenstad en belangrijke economische kerngebieden zoals De Uithof en in de toekomst Leidsche Rijn Centrum. Andere stedelijke milieus hebben relatief veel fysieke ruimte beschikbaar, zodat de gemeente minder strenge keuzes hoeft te maken. Dan gaat het bijvoorbeeld om nieuwe woonwijken zoals Leidsche Rijn. De gekozen stedelijke milieus zijn:

- A-milieu: de ruime binnenstad plus stationsomgeving.
- B-milieu: de stad 'binnen de RING' (het grootste deel hiervan althans)
- C-milieu: de buitenstad (onder meer Leidsche Rijn en delen van Overvecht)

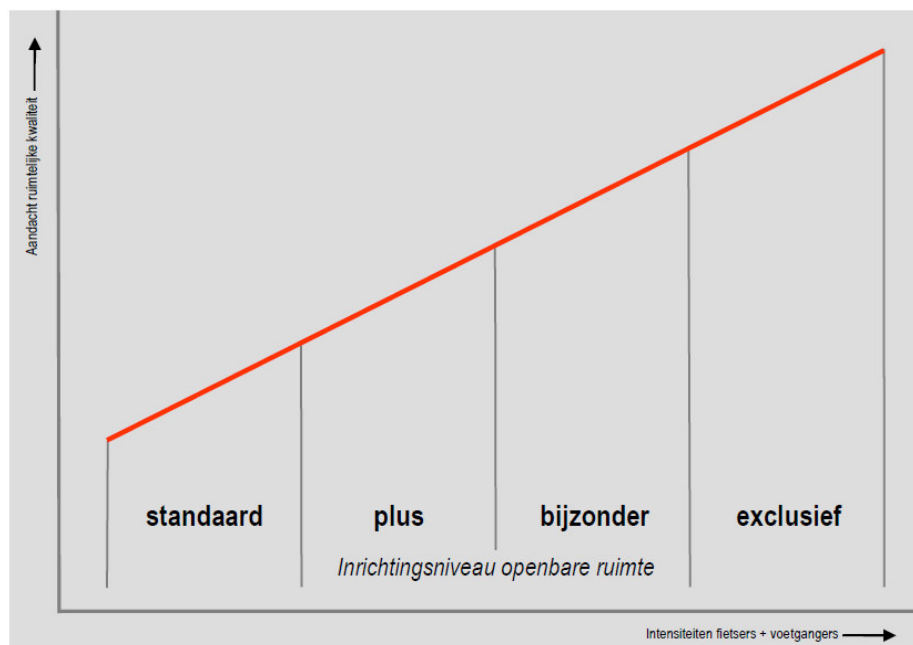


Figuur 8: indeling van Utrecht in ruimtelijke milieus

Kwaliteiten verkeersnetwerken gekoppeld aan ruimtelijke milieus

De verkeersnetwerken krijgen een opbouw, passend bij de (on)mogelijkheden van het stedelijke milieu waarin de netwerken zich bevinden; de plaats bepaalt de bereikbaarheid. Elk stedelijk milieu kent zijn eigen samenhang tussen langzaam verkeer, openbaar vervoer en auto.

- A-milieu: voetganger en fietser bepalen maat en snelheid; auto en openbaar vervoer te gast; alleen toegankelijk voor auto's die een bestemming hebben in het A-milieu; geen straatparkeren; shared spaces; maximaal inzetten op verblijfskwaliteit van de openbare ruimte
- B-milieu: voetganger, fiets, openbaar vervoer en auto moeten de beschikbare openbare ruimte delen; alleen auto's met een bestemming in het A- of B-milieu zijn welkom; voor de auto in principe maximaal één rijstrook per richting; parkeren is gefiscaliseerd.
- C-milieu: gescheiden hoofdstructuren voor langzaam verkeer, openbaar vervoer en auto; geen gefiscaliseerd parkeren; aan de grens met het B-milieu vinden auto's toegang tot grote P+R- annex P+Bike-voorzieningen voor bestemmingen in het A- en B-milieu.



Figuur 9: verschillende kwaliteitsniveaus van de openbare ruimte in relatie tot intensiteit van het verkeersgebruik (gemeente Utrecht, 2012)

4. WAT: ordenende uitwerkingsprincipes per vervoerwijze

De keuzes uit het vorige hoofdstuk lijken simpel, maar kunnen verregaande consequenties hebben. Het is belangrijk om de principes uit te werken naar concrete keuzes per vervoerwijze. Dit legt een verbinding tussen abstracte ambities met concrete projecten.

Een concrete basis voor soms verregaande keuzes

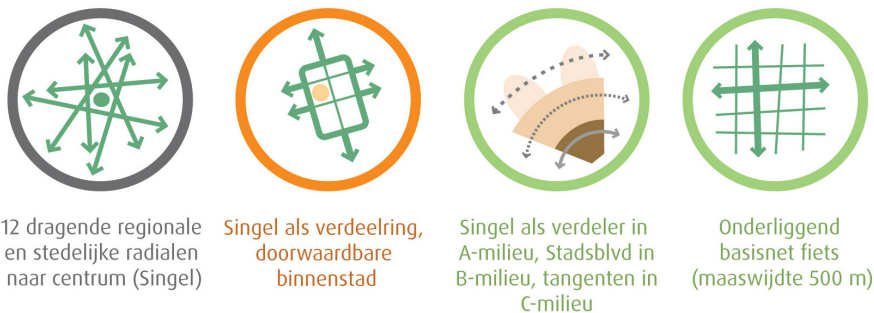
Het is belangrijk om per vervoerwijze de integrale beleidswaarden voor A-, B- en C-milieus uit te werken. Utrecht doet dit voor alle vervoerwijzen. Hieronder volgen samenvattingen van de voorgestelde uitwerkingen per vervoerwijze.

Uitwerking voor de fiets

In Utrecht beschikken fietsers al over een doorlopend basisnetwerk (maaswijdte 500 m). In Utrecht Aantrekkelijk en Bereikbaar wordt echter méér gevraagd.

Bij het realiseren van een aantrekkelijke openbare ruimte heeft de fiets een grote rol. De fiets neemt namelijk relatief weinig ruimte in beslag. De fiets heeft vooral in het B-milieu een belangrijk aandeel in de modal split. Met de opkomst van de elektrische fiets nemen echter ook de mogelijkheden in het C-milieu toe. Het fietsverkeer beschikt daarom straks over meerdere hoogwaardige doorfietsroutes, op radialen naar de binnenstad, maar ook van woongebieden in stad en regio naar andere economische kerngebieden en naar belangrijke vervoersknooppunten.

De groeiende rol van de fiets leidt echter ook tot opgaven. Fietsfiles zijn op de Utrechtse binnenstadsas en bij het stationsgebied geen zeldzaamheid. Spreiding is dus gewenst. En de kwaliteit van de openbare ruimte ervaart de druk van het fietsparkeren. Om dit te bereiken wordt de singel om de binnenstad dé verdeelring voor doorgaande fietsers. De binnenstadsstraatjes binnen de singel (A-milieu) zijn vooral bedoeld voor fietsers met bestemmingen in de binnenstad zelf. Hierdoor hoeven in het A-milieu geen brede 'fietssnelwegen' te komen. Goede stallingsvoorzieningen dienen aan te sluiten op deze routes. Zie onderstaande beelden.

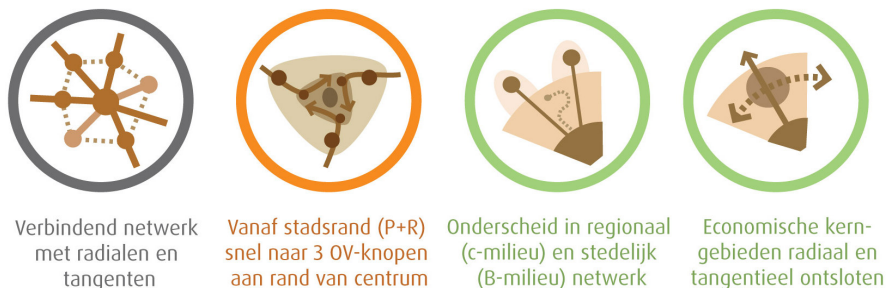


Figuur 10: uitwerkingsprincipes fiets

Uitwerking voor het openbaar vervoer

Het toekomstig dragende openbaar vervoer bestaat uit Randstadspoor en HOV-radialen en stedelijke tangenten. Randstadspoor en de HOV-radialen zijn bedoeld voor bestemmingen op afstand (C-milieu). Utrecht streeft daarbij van vervanging van HOV-buslijnen door tram: groei van het OV-gebruik is gewenst, maar ruimte voor meer bussen is er op veel plekken niet meer. Daarnaast biedt de tram meer kansen op hoogwaardige ruimtelijke kwaliteit. Richting het centrum lopen de HOV-radialen langs centrumrandknopen (zoals het nieuwe station Vaartsche Rijn). Deze knopen zijn zo gesitueerd dat niet alle buslijnen dwars door het centrum zelf (A-milieu) hoeven te rijden. De tram rijdt hier juist wel; in het A-milieu is een hoogwaardige trambaan-inpassing beter mogelijk dan een busbaan.

De tangenten ontsluiten het B-milieu en verbinden de HOV-radialen en Randstadspoorstations met economische kerngebieden. Dit draagt bij aan het ontlasten van de – qua stedelijk openbaar vervoer – overbelaste knoop Utrecht Centraal.



Figuur 11: uitwerkingsprincipes openbaar vervoer

Uitwerking voor de auto

Bij het realiseren van een hoge kwaliteit van de openbare ruimte heeft het tegengaan van onnodig (sluip)verkeer grote invloed. Sommige belangrijke doorgaande routes lopen momenteel door het A-milieu (centrumgebied). Nu zegt Utrecht allereerst: rijdt het verkeer op de juiste plek? Een belangrijk principe is:

- Langere ritten via de RING Utrecht (hoofdverdeler in het C-milieu: A2, A12, A27, Noordelijke Ring Utrecht);
- Wijk-wijkverkeer via de Stadsboulevard (hoofdverdeler in het B-milieu);
- Alleen bestemmingsverkeer in het A-milieu, geen doorgaand autoverkeer dat geen toegevoegde waarde biedt aan het centrum.

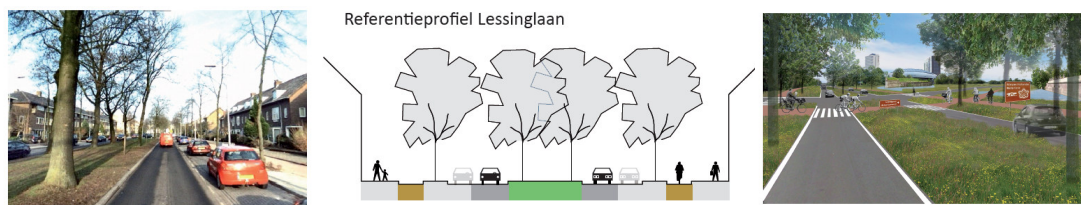
Dit biedt de gemeente een concrete basis om niet voor wegverbreding of een groene golf te kiezen, maar om het autoverkeer buitenom via betere routes te leiden. Dit schept in het A-milieu meer ruimte voor het langzaam verkeer.

Autoverkeer naar het A- en B-milieu kan gebruik maken van P+R- en P+Bike-voorzieningen aan de snelweg. Maar autoverkeer behoudt de keuze om door te rijden, via vanzelfsprekende routes die bijdragen aan de kwaliteit van de stad. De meeste economische kerngebieden liggen goed bereikbaar aan de snelwegring. Een fly-in verzorgt de hoofdontsluiting van het economisch kerngebied 'centrum' en is een relatief autonome autoroute vanaf de A2 direct naar de parkeergarages van het centrum.

Autoverkeer wordt verder aangemoedigd om zo ver mogelijk door te rijden via de snelwegring, zodat alleen het allerlaatste stukje plaatsvindt via de stadsboulevard. Deze ambitie krijgt ondersteuning door een doseerstrategie voor autoverkeer dat het B-milieu wil binnenrijden. Dit alles moet er toe leiden dat de stadsboulevard op termijn in zijn geheel een goed oversteekbare weg is met in principe één rijstrook per richting en maximaal 50 km/u. Vanaf de stadsboulevard ontsluiten bescheiden centrumlussen de rest van het B-milieu en de randen van het A-milieu voor de auto.



Figuur 12: uitwerkingsprincipes auto



Figuur 13: Impressies Stadsboulevard met één rijstrook per richting

Uitwerking voor de voetganger

De voetganger is in het Nederlandse mobiliteitsbeleid lange tijd een ondergeschoven kindje geweest. Dit terwijl qua aantallen verplaatsingen de voetganger één van de grootste modaliteiten in de stad is. Bovendien is het, nu de nadruk komt te liggen op verblijfskwaliteit en openbare ruimte, de nadruk juist te leggen op de voetganger: de voetganger beleeft de openbare ruimte het meeste.

Een stadsbreed voetgangersnetwerk creëren heeft weinig toegevoegde waarde, daarvoor zijn de afgelegde afstanden te kort. Maar wel zijn er plekken aan te wijzen waar extra aandacht voor de voetganger gevraagd wordt. In Utrecht zijn dit:

- het hele A-milieu, als het belangrijkste verblijfsgebied.
- Winkelstraten en –centra en hun directe omgeving (inclusief aanloopstraten)
- OV-knooppunten en P+R, waar verblijfskwaliteit een factor wordt om overstappers te trekken en levendigheid te creëren.

Deze extra aandacht zal onder meer tot uitdrukking moeten komen in extra ruimte en zeer goede oversteekbaarheid voor voetgangers.

5. Hoe verder

Gebiedsgewijze aansturing

De uiteindelijk ruimtelijke kwaliteit op straat wordt niet bepaald door de kwaliteit van een mobiliteitsplan – hoe belangrijk ook als kader – maar door de vertaling hiervan in uitvoeringsprojecten. Het is dus essentieel dat de integrale waarden op beleidsniveau doordringen in sectorale projecten. Waar projecten nu veelal sectoraal worden aangestuurd – herontwikkelingsprojecten, bouwplannen, mobiliteitsprojecten, en daarbinnen weer fiets-, OV- en autoprojecten – ligt in de toekomst een gebiedsgewijze aansturing voor de hand.

Per gebied dienen de kwaliteitsambities gezamenlijk te worden geformuleerd: welke kant willen we met een gebied op. Dit wordt vertaald in hoe de sectoren mobiliteit, ruimte, economie etc. hieraan kunnen bijdragen. Vervolgens dient te worden gefaseerd: de gewenste kwaliteitssprongen kunnen veelal niet in één keer worden bereikt. De volgorde van uitvoering dient zodanig te zijn dat elk project dat wordt uitgevoerd, een stap is richting de gewenste kwaliteit.

De gebruiker centraal

Verder is het essentieel dat een gemeente deze weg in slaat samen met de mensen en bedrijven in de stad. Kwaliteit van de openbare ruimte gaat om beleving door de gebruiker. Maar andersom geldt ook: de wijze waarop de ruimte gebruikt wordt, bepaalt de kwaliteit. Daarom is het essentieel dat de gestelde ambitie niet alleen van de gemeente is, maar gedragen wordt door de mensen, bedrijven en instellingen. Met draagvlak voor de ingeslagen weg ontstaat ook een atmosfeer waarbij deze partijen zelf stappen gaan zetten in de gewenste richting. In deze tijd van mondige burgers én beperkte financiële middelen is dit niet minder dan noodzakelijk.

In Utrecht wordt dit gedaan door elke stap en keuze in Utrecht Aantrekkelijk en Bereikbaar zo veel mogelijk te maken in samenspraak met mensen bedrijven en instellingen in de stad, onder meer via stadstafels en workshops.

Literatuur

Jan Gehl, 2010
Cities for people
Island Press

Gemeente Amsterdam, 2011
Plan Amsterdam nr. 7: Hotspots; bouwen aan culturele infrastructuur
Dienst Ruimtelijke Ordening, gemeente Amsterdam

Gemeente Utrecht, 2012
Utrecht: Aantrekkelijk en Bereikbaar; ambitiedocument

Jane Jacobs, 1961
The Death and Life of Great American Cities
Random House, New York

David A. Jokinen, 1967
Geef de stad een kans
Stichting Weg, Roosendaal

Frits Spangenberg, Martijn Lampert, 2010
De grenzeloze generatie op de arbeidsmarkt
Motivaction in opdracht van Manpower

NRC bladzijde 19, 2 december 2010
Stad weer populair door goede voorzieningen

Websites:

- www.intermediair.nl/artikel/het-nieuwe-werken/226828/thuiswerken-verandert-de-stad.html
- www.placeshakers.wordpress.com/2012/04/09/generation-ys-great-migration
- www.startwithwhy.com
- www.over.vodafone.nl