

GEBIEDSDEALS ***'WERKEN IN HET STADSPARK'***

VISIE MARTINI TRADE PARK





STEDENBOUW
& STRATEGIE

Colofon:

De visie voor het Martini Trade Park, waar deze gebiedsdeals onderdeel van uitmaken, is opgesteld door Urhahn | stedenbouw & strategie, in opdracht van de gemeente Groningen, en in samenwerking met Bedrijvenvereniging West, Martini Plaza, de gebruikers en eigenaren in en rond het gebied. Neem voor meer informatie over de visie en de gebiedsdeals contact op met de programmaleider Ruimtelijke Economie van de gemeente Groningen (14 050). In deze visie is gebruik gemaakt van referentiefoto's die zijn gevonden op internet. Dit document is niet voor commercieel gebruik. Mocht er toch bezwaar zijn tegen het gebruik van een afbeelding, neem dan contact op met Urhahn.

Augustus 2020

INLEIDING

Dit document maakt onderdeel uit van de gebiedsvisie 'Werken in het stadspark'. Hierin wordt het toekomstperspectief voor het Martini Trade Park in Groningen als dynamisch en duurzaam werkgebied toegelicht. De visie is het resultaat van een werkproces met eigenaren en ondernemers, onder aanvoering van de gemeente Groningen, Bedrijvenvereniging-West en MartiniPlaza.

In dit document staat de uitvoering van de visie centraal. In de visie zijn zogenaamde gebiedsdeals benoemd. Een gebiedsdeal is te karakteriseren als een publiek, private en/of publiek-private samenwerking gericht op kwaliteitsverbetering van het Martini Trade Park. Gebiedsdeals zijn overzichtelijke projecten.

De gebiedsdeals zijn dynamisch van aard. Er kunnen in de loop van de tijd deals bijkomen of afvallen. Elke deal kent een specifieke organisatiestructuur en stakeholders. Gezamenlijk geven ze inhoud aan de visie op het Martini Trade Park en geven de antwoord op de vraag #hoedan?

Als resultaat van het werkproces bij de totstandkoming van de visie zijn vooralsnog 6 gebiedsdeals benoemd.

Dit zijn in willekeurige volgorde:

- Stadstuin
- Marketing & positionering
- Parkeerhof Noordoost
- Herprofilering Leonard Springerlaan
- Mobiliteitsconcept
- Energiecoöperatie

Per gebiedsdeal is in dit document aangegeven welke stakeholders betrokken zijn, wie de trekker is van de gebiedsdeal, welke resultaat/doel bereikt dient te worden en welke middelen worden ingezet. De planning van de gebiedsdeals is nader te bepalen en wordt verder uitgewerkt in een uitvoeringsprogramma.





GEBIEDSDEAL: MARKETING & POSITIONERING

WAT IS DE OPGAVE?

In het proces richting de totstandkoming van de visie is geconstateerd dat het Martini Trade Park als naam voor het gebied mogelijk herzien moet worden. Het geeft onvoldoende richting aan de unieke kwaliteiten van het werkgebied zoals de ligging aan het stadspark. Bovendien doet de kans zich voor om nadrukkelijk de samenhang met MartiniPlaza te etaleren.

WIE ZIJN DE STAKEHOLDERS?

Bedrijvenvereniging West, MartiniPlaza, Gemeente Groningen en eigenaren en huurders Martini Trade Park.

WIE IS DE TREKKER?

MartiniPlaza (Willem de Kok).

WAT IS HET RESULTAAT?

In de gebiedsdeal wordt een strategie voor de gezamenlijke gebiedsmarketing/branding van Martini Trade Park en MartiniPlaza opgetuigd.

WELKE MIDDELEN WORDEN INGEZET?

Via het netwerk van MartiniPlaza wordt een specialist op het gebied van branding ingeschakeld. Zij zullen een pitch voorbereiden tijdens de brede sessie met eigenaren/ondernemers.

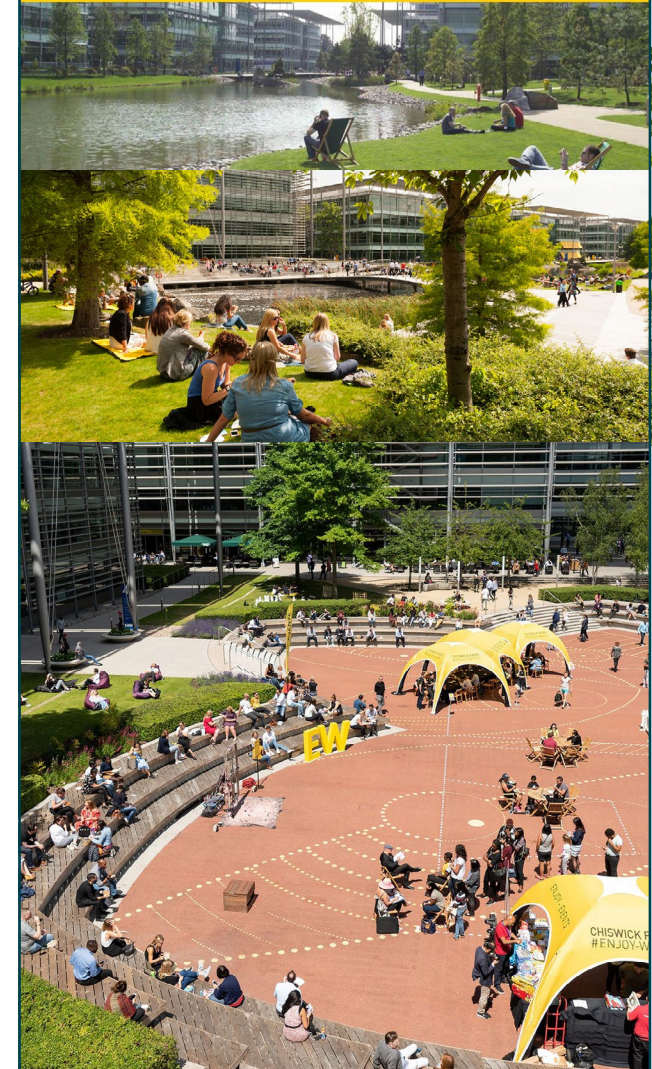


HUDIGHE SITUATIE



INSPIRATIE BRANDING

CHISWICK PARK ENJOY-WORK





GEBIEDSDEAL: STADSTUIN

WAT IS DE OPGAVE?

Het hart van het gebied wordt gevormd door een parkeerdek. Het dek dient als parkeervoorziening voor MartiniPlaza en incidenteel voor gebruikers van de kantoren. Het dek vormt de overgang tussen het stadspark en het gebied, maar heeft op dit moment geen verblijfskwaliteit. De kantoorpanden staan met hun rug naar het dek.

WIE ZIJN DE STAKEHOLDERS?

Bedrijvenvereniging West, MartiniPlaza, Gemeente Groningen, het parkeerbedrijf van de gemeente, aangevuld met eigenaren en huurders Martini Trade Park.

WIE IS DE TREKKER?

Bedrijvenvereniging West in de persoon van Klaas Holtman



HUDIGDE SITUATIE

WAT IS HET RESULTAAT?

Transformatie van het parkeerdek naar een stadstuin, te beginnen met bescheiden eerste vergroeningsactie en placemaking.

WELKE MIDDELEN WORDEN INGEZET?

De eerste actie is gericht op het uitwerken van een planconcept voor de stadstuin. Daarbij is het van belang om in de planuitwerking een gefaseerde realisatie mogelijk te maken. De eerste fase richt zich primair op vergroening van het parkeerdek en het opstellen van een placemakingsstrategie. In deze fase dient de business case voor de stadstuin (investeringsniveau, collectieve bijdrage, startbudget) helder te worden. Op termijn wordt de business case gevolgd door een planvoorstel waarbij de ruimte op en rond het parkeerdek structureel opnieuw wordt ingericht, waarbij de verkeerstromen, wandelroutes naar het stadspark en de vernieuwing van gevels, entrees en plinten van de werkgebouwen onderdeel zijn van het planconcept.

INSPIRATIE STADSTUIN





GEBIEDSDEAL: PARKEERHOF NOORDOOST

WAT IS DE OPGAVE?

De parkeerhoven laten qua uitstraling en kwaliteit sterk te wensen over. De eigendomsstructuur is zeer gefragmenteerd en elke kantooareigenaar heeft een eigen parkeervoorzieningen getroffen. Tegelijkertijd zijn de hoven voor de werknemers en bezoekers een eerste kennismaking met gebied.

WIE ZIJN DE STAKEHOLDERS?

Myoffice, Draaijer, Cocon Vastged, Chaletgroup en de Gemeente Groningen, mogelijk aangevuld met een groep eigenaren van de Leonard Springerlaan nr 37.

WIE IS DE TREKKER?

Mario Peters (Myoffice).



HUIDIGE SITUATIE

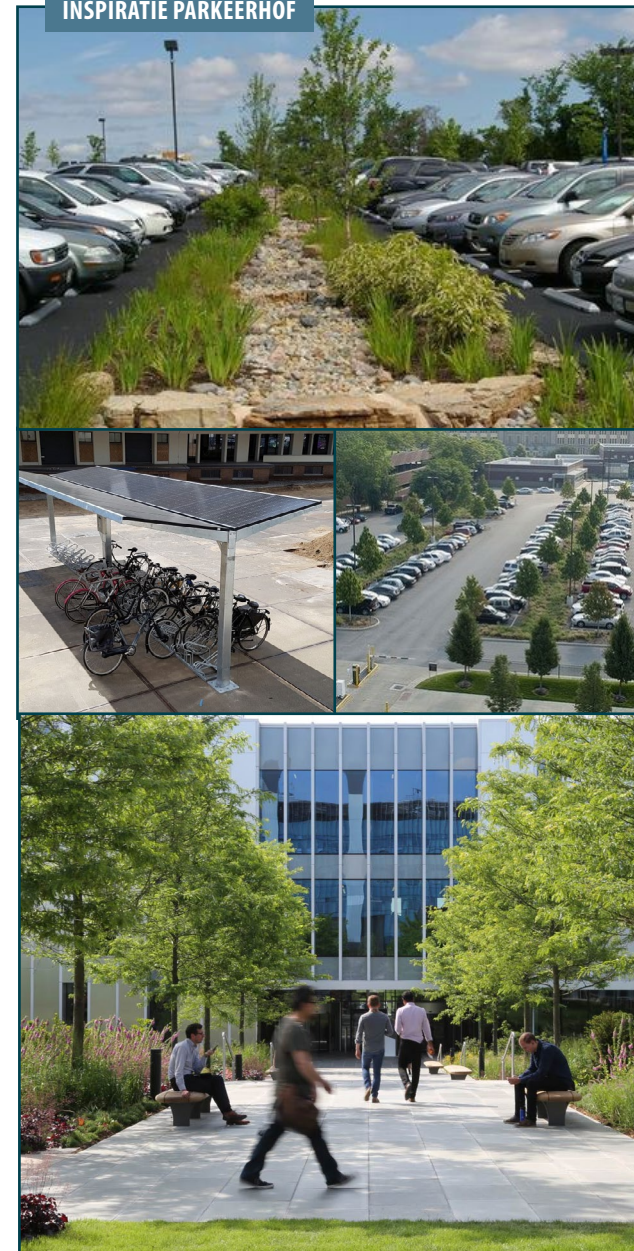
WAT IS HET RESULTAAT?

Binnen afzienbare termijn realisatie van een collectieve parkeervoorziening voor (tenminste) het noordelijk deel van het hof.

WELKE MIDDELEN WORDEN INGEZET?

Op basis van de eerste verkennende schetsen wordt de scope van het project bepaald. In eerste instantie richt de herinrichtingsopgave zich op het noordelijk deel van het oostelijke parkeerhof. Hiervoor bestaat op dit moment het meeste draagvlak. Mogelijk wordt dit verder uitgebreid naar de rest van het parkeerhof. Daarnaast is het mogelijk om parallel daaraan ook het westelijke parkeerhof uit te werken. Het planconcept wordt uitgewerkt in een maatvast tekening en een kostencalculatie. Onderdeel van de werkzaamheden is het vaststellen van het programma van eisen (onder ander met betrekking tot aantal parkeerplaatsen, fietsparkeren, afvalinzameling, energiewinning etc.) en de juridische verankering. Er is afstemming gewenst met MartiniPlaza vanwege de mogelijkheid om (wederzijds) gebruik te maken van de parkeervoorzieningen tijdens piekmomenten.

INSPIRATIE PARKEERHOF



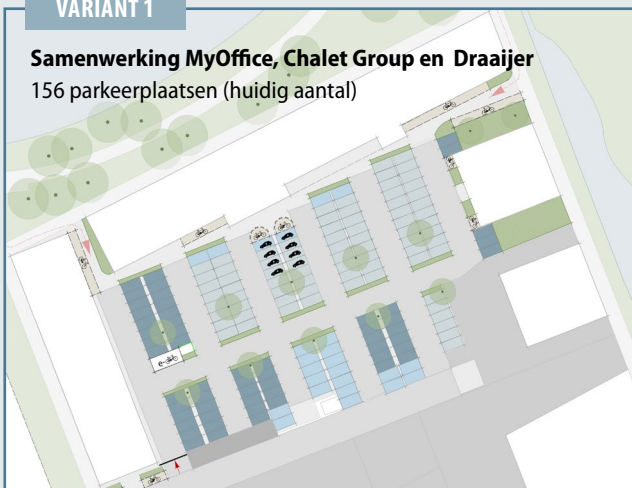


HUDIGDE SITUATIE

Chalet group: 39 parkeerplaatsen
Draaijer: 18 parkeerplaatsen
MyOffice: 99 parkeerplaatsen
Particuliere eigenaren: 14 parkeerplaatsen
Eldam Onroerend Goed: 10 parkeerplaatsen

VARIANT 1

Samenwerking MyOffice, Chalet Group en Draaijer
156 parkeerplaatsen (huidig aantal)



VARIANT 2

Samenwerking MyOffice, Chalet Group, Draaijer en Huisman
183 parkeerplaatsen (+13)



VARIANT 3

Samenwerking MyOffice, Chalet Group en Draaijer
191 parkeerplaatsen (+11)





GEBIEDSDEAL: HERPROFILERING LEONARD SPRINGERLAAN

WAT IS DE OPGAVE?

De Leonard Springerlaan vormt op stedelijke schaal een belangrijke oost-west verbinding. De straat markeert de grens tussen het Martini Trade Park en MartiniPlaza. De inrichting is op dit moment rommelig en primair gericht op autoverkeer. Daarbij is er een tekort aan fietsparkeren en is de oversteekbaarheid voor langzaam verkeer slecht. Verder adresseren de functies zich nauwelijks op de Leonard Springerlaan.

WIE ZIJN DE STAKEHOLDERS?

Gemeente Groningen (o.a. Afdeling stedenbouw & verkeer), Groningen Bereikbaar, MartiniPlaza en vastgoedeigenaren/gebruikers direct aan de Leonard Springerlaan.

WIE IS DE TREKKER?

Gemeente Groningen.



HUIDIGE SITUATIE

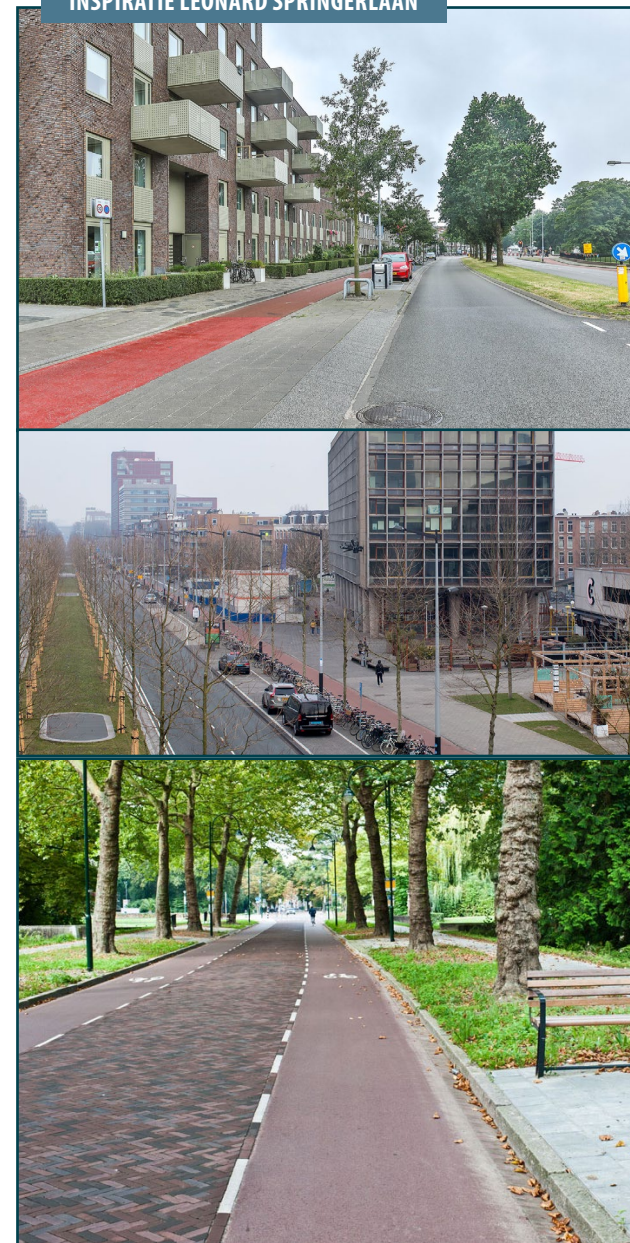
WAT IS HET RESULTAAT?

Het resultaat is een stedenbouwkundig plan voor de Leonard Springerlaan waarbij de ambitie is om de verkeersfuncties (auto's, fietsers en voetgangers) te combineren met een heldere en open 'voorkant' voor de gebouwen aan beide zijden langs de Leonard Springerlaan. Conform de visie is het lange termijnbeeld dat de straat een stadslaan wordt met groene uitstraling en een kwalitatieve openbare ruimte.

WELKE MIDDELEN WORDEN INGEZET?

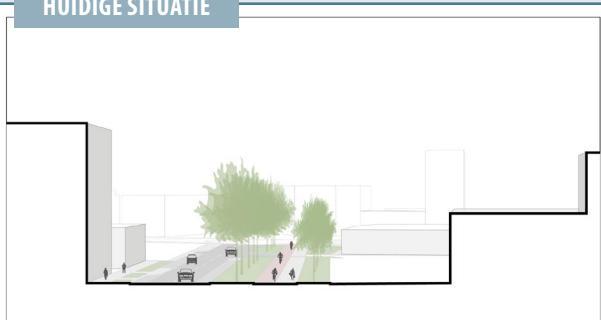
In eerste instantie zijn de middelen gericht op ambtelijke inzet. De gemeente gaat aan de slag met een formuleren van een projectplan, waarbij scope van het project, planning en organisatie worden uitgewerkt.

INSPIRATIE LEONARD SPRINGERLAAN

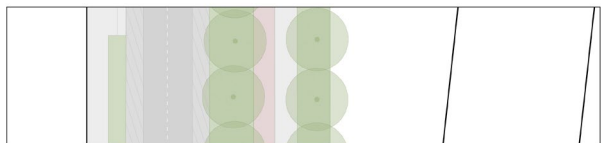




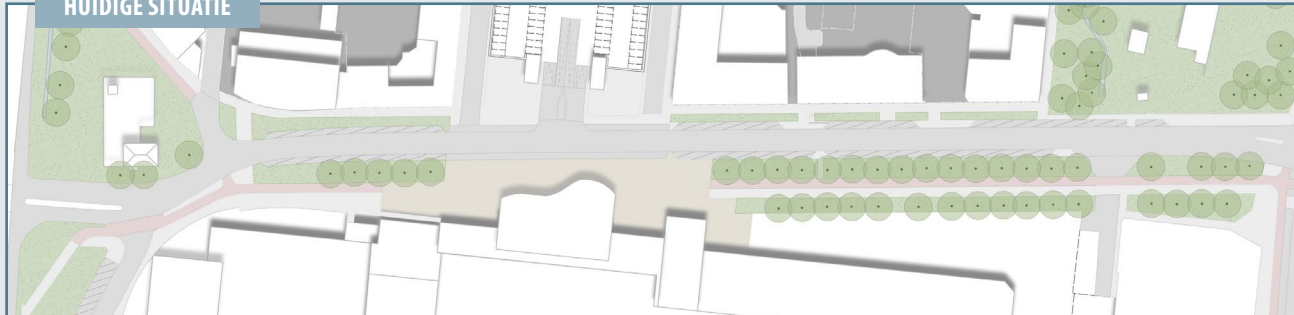
HUDIGDE SITUATIE



3,1 2,5 2,5 7 2,5 6,3 3 3,2 4,8



HUDIGDE SITUATIE



PROFIEL GERICHT OP DE AUTO

- Breed verhard profiel
- Parkeren voor de deur
- Geen oversteken voor langzaam verkeer
- Gesloten gevels
- Laagwaardige openbare ruimte
- Geen verblijfskwaliteit

COMPLEXE KNOOP

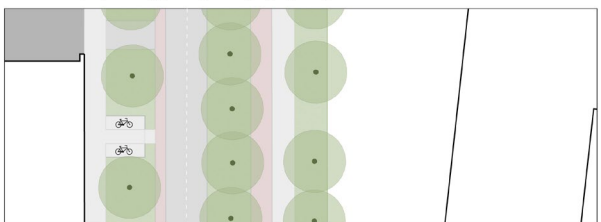
- Veel verkeersbewegingen op 1 plek
- Onveilige en onduidelijke oversteek naar Martini Plaza
- Gebrek aan verblijfsruimte
- Oninteressante en ongedefinieerde inrichting van het voorplein

VARIANT 1

auto en fietser deels gescheiden

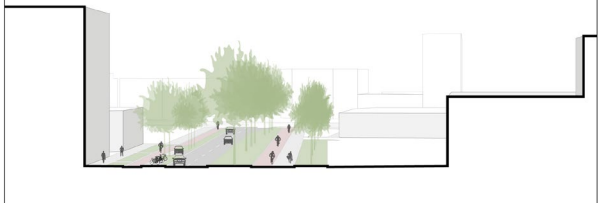


3,1 7,1 1,5 6 6,3 3 3,2 4,8

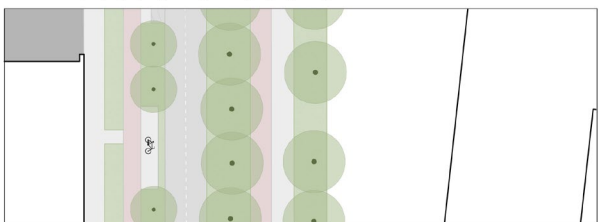


VARIANT 2

auto en fietser gescheiden

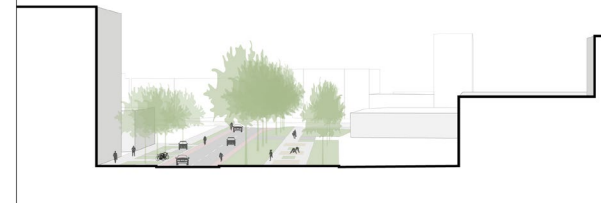


3 2,7 2,5 3,5 6 6,3 3 3,2 4,8

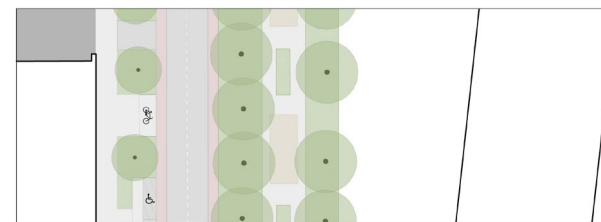


VARIANT 3

auto en fietser in één profiel



3 2,2 3,5 1,5 6 1,5 6,3 2,1 2 2,2 4,8





GEBIEDSDEAL: MOBILITEITSCONCEPT

WAT IS DE OPGAVE?

In het Martini Trade Park bepaalt de auto in belangrijke mate het beeld van het gebied en dat willen wij veranderen. De parkeervoorzieningen van MartiniPlaza en de werkfuncties in Martini Trade Park hebben een fors ruimtebeslag, waarbij tijdens piekmomenten, bijvoorbeeld tijdens evenementen in MartiniPlaza, het aantal parkeerplaatsen tekort schiet.

WIE ZIJN DE STAKEHOLDERS?

Gemeente Groningen, MartiniPlaza, en de eigenaren van het Martini Trade Park.

WIE IS DE TREKKER?

Gemeente Groningen (in afstemming met Groningen Bereikbaar).

WAT IS HET RESULTAAT?

Het resultaat van de gebiedsdeal is een mobiliteitsconcept voor het gebied. Onderdeel van de deal is het uitwerken van een verkeersmanagement (ten behoeve van de piekmomenten), wederkerigheid van de collectieve parkeervoorzieningen (duldplicht), nieuwe parkeersystemen en het vergroten van de aantrekkelijkheid fiets en openbaar vervoer.

WELKE MIDDELEN WORDEN INGEZET?

De inzet is gericht op het uitwerken van het mobiliteitsconcept, inclusief organisatiemodel.

INSPIRATIE MOBILITEIT



HUIDIGE SITUATIE





GEBIEDSDEAL: ENERGIE-COÖPERATIE

WAT IS DE OPGAVE?

Het gebied staat voor een forse duurzaamheidsopgave. De kantoorpanden dienen in 2023 minimaal een C label te hebben en in 2030 een A-label. Dit vereist op pandniveau een stevige investering, onder andere vanwege het vernieuwen van de installaties. Ook zullen de panden op termijn niet meer afhankelijk moeten zijn van fossiele brandstoffen (aardgas).

WIE ZIJN DE STAKEHOLDERS?

Eigenaren van Martini Trade Park, MartiniPlaza, Bedrijvenvereniging West en Gemeente Groningen.

WIE IS DE TREKKER?

Bedrijvenvereniging West (Klaas Holtman).



HUIDIGE SITUATIE

WAT IS HET RESULTAAT?

De gebiedsdeal richt zich in eerste instantie op het onderzoeken van de collectieve mogelijkheden voor verduurzaming. Daarbij wordt breed verkend welke mogelijkheden bestaan voor duurzame energiewinning, bijvoorbeeld door gebruik te maken van zonnepanelen op de daken (onder andere van MartiniPlaza en de kantoorpanden) en in de parkeerhoven. Verder wil de gemeente met bedrijven in gesprek over welke oplossingen er mogelijk zijn voor gasloos verwarmen.

WELKE MIDDELEN WORDEN INGEZET?

Er wordt opdracht gegeven aan Sameen (studenten-coöperatie) die de collectieve mogelijkheden voor verduurzaming van het gebied in kaart zal brengen. De resultaten worden voorgelegd aan de eigenaren van Martini Trade Park. Verder is er sprake dat het gebied als pilot kan gaan dienen op het gebied van verwarmen zonder gas voor de Gemeente Groningen.

INSPIRATIE ENERGIEWINNING



INSPIRATIE VERDUURZAMING GEBOUWEN



