

'Mixed use': winkelgebieden gedijen beter door menging van functies

21-08-2023 13:10



Is het mengen van functies in een winkelgebied, vaak aangeduid als 'mixed use', een modegril? Wij denken van niet. Sterker nog: Nederland loopt achter. Want in het buitenland zijn de gemengde winkelgebieden vaak de norm. Prima. Maar staar je er niet blind op. Veel mensen in het vakgebied denken namelijk dat menging en toevoegen van functies dé 'panacee' voor de kwakkelende retail betreft. Omdat de retail op de terugtocht zou zijn. Maar niets is minder waar.

Als er functies worden toegevoegd komt dat op sommige plekken in de plaats van retail. Maar ook vaak niet. Het zijn in essentie dus functies die worden toegevoegd aan het bestaande winkelareaal. Zodat de retail ervan profiteert met extra verblijfstijd en extra omzet. En als het goed gaat met de retail, gaat het ook goed met die andere functies, als in een perfecte symbiose.

'Mixed use' houdt in dat er meer functies in een winkelcentrum/winkelgebied aanwezig zijn (of komen) dan alleen winkels. Uiteraard wordt bedoeld op horeca. Maar daar was meestal al sprake van. In dit geval echter wordt ook kwalitatief goede horeca bedoeld. Dat met een hippe term 'food & beverages' genoemd kan worden. Ook vermaak en vertier horen daarbij. Met een magisch woord ook wel 'beleving' genoemd.

Sport en gezondheid worden toegevoegd. Denk aan sportscholen, maar ook aan medische functies als huisartsen en fysiotherapeuten. Verder betreft het diensten in uiteenlopende vormen, zoals een hypotheekshop of een dierenarts. Ook de 'sociale' kant, zoals buurthuizen, inloopspreekuren van de sociale diensten en activiteitencentra voor buurtbewoners, vinden een plekje in veel buurt- en wijkcentra. Ook wonen, vaak in de vorm van 'optoppingen' van appartementen bovenop het winkelcentrum, voegt veel toe aan de

functie als 'hart in de wijk.'

Service

Wat vaak werd vergeten in de typische Hollandse 'ons ben zúnig'-mentaliteit, wordt op veel plekken alsnog gerealiseerd. Toiletten, die ook nog schoon zijn en het liefst ook gratis, zorgen voor een langere verblijfstijd. Voor de kinderen zijn er speelgelegenheden. Daarbij kunnen klanten terecht bij een servicebalie.

Zorg

Een van de auteurs van dit blog is gespecialiseerd in de (her)ontwikkeling van winkelcentra waarin zorg een prominente rol krijgt. Zorgfuncties zijn bij uitstek geschikt als toevoeging aan wijk- en buurtcentra. Een voorbeeld is de succesvolle herontwikkeling van wijkcentrum Koedijkslanden in Meppel. Gevestigd in de gelijknamige en sterk vergrijzende jaren 60 en 70 wijk, waar de zorgbehoefte groot is. Het tanende winkelcentrum heeft daardoor ook een enorme impuls gekregen. Uit Strabo-onderzoek (voor Kern/NRW) bleek dat het bezoek en de winkelomzet prima in orde waren.

De behoefte om zich te vestigen in zo'n wijkcentrum komt overigens ook vanuit de zorgsector zelf. Deze is namelijk in hoog tempo aan het de-institutionaliseren. Mensen met een ondersteuningsvraag blijven steeds vaker in de wijk wonen. De overheid betaalt niet meer voor wonen, eten en drinken, lichamelijke verzorging, welzijn, et cetera. En de 'doelgroep ouderen' heeft dan ook behoefte aan geschikte woningen in combinatie met winkels en voorzieningen.

Winkels, en met name de supermarkt, zijn steeds vaker de favoriete plek voor spontane ontmoetingen. Dat leidt dus automatisch tot kansen voor winkeliers om diensten aan te bieden aan deze doelgroepen als uitbreiding van het assortiment. Iedereen heeft vaak de mond vol van 'inclusie'. En laat nu het winkelcentrum met veel extra functies deze inclusiviteit in de praktijk brengen. Want ook ouderen blijven zo verbonden met mens en samenleving door de ontmoetingsfunctie die het winkelcentrum biedt.

Redding van de retail?

Sommigen zeggen dat mixed use de redding van de retail betekent. Een gedeelte van de winkels zou moeten worden opgeofferd aan andere functies. Transformatie wordt dit genoemd.

Maar is die transformatie echt noodzakelijk? Belangrijk om te weten is dat de leegstand überhaupt sterk terugloopt, ook [als er geen sprake is van transformatie](#). De huidige landelijke leegstand van 5,4 procent bevindt zich maar net boven het zogenaamde frictieniveau van een procent of 4. Natuurlijk, in sommige gemeenten is transformatie wel een goed idee. Omdat de leegstand daar boven de 10 of 15 procent is. Maar op veel plaatsen is transformatie niet nodig, in meer dan 90 procent van de gemeenten zelfs.

Uiteraard is het toevoegen van meer functies een heel goed idee. Maar niet altijd in plaats van de winkels (al is dat soms wél nodig, het hangt van de plek af), maar ook vaak als toevoeging aan de winkels. Dit heet dan ook geen transformatie. Dit is een vorm van het versterken van de centrumfunctie van een winkelgebied, dat dus meer biedt dan alleen winkels.

En in welke centra voeg je functies toe?

'Mixed use' kun je al toepassen bij kleinere wijkwinkelcentra. Door bijvoorbeeld wonen toe te voegen. En medische functies. Of een buurthuis. Maar ook in grotere centra zie je steeds meer functiemenging en dan

betreft het niet alleen grotere metrages, maar ook kwalitatief hoogwaardige toevoegingen.

Zo is Wereldhave, dat veel middelgrote winkelcentra bezit, bezig met het transformeren van haar winkelcentra naar 'Full Service Centers'. En ook de centra die nóg een maatje groter zijn, zien de meerwaarde van extra functies en functiemenging. Zo is Mall Of The Netherlands in Leidschendam veel méér dan een op Amerikaanse leest geschoolde mall. Het is dé plek waar veel functies samenkomen. Zodat er meerdere bezoekdoelen zijn, die verder gaan dan alleen 'winkels bezoeken'. Een voorbeeld is de excellente horeca op de eerste verdieping. Dat is een bestemming op zich. En daar profiteert het gehele winkelcentrum van.

Succes

En wat leveren die extra functies op? Strabo heeft hier onderzoek naar verricht voor Wereldhave. En wat blijkt? Niet alleen is de consument zeer tevreden, maar deze besteedt ook meer en hogere omzetten zijn het resultaat. Want er is sprake van verlenging van de verblijfsduur (en dan volgen automatisch hogere bestedingen) vanwege de speelgelegenheden voor kinderen, een hogere bezoekfrequentie door de servicebalie én aanwas van nieuwe klanten door de vestiging van sportscholen.

Retailers worden blij. De eigenaar wordt blij. En, omdat het winkelgebied nog meer functioneert als een echt centrumgebied, ook de buurt- en wijkbewoners worden blij omdat de binding met de buurt en wijk wordt vergroot. En dat is in ieders belang.

Het gevolg is ook een hogere vastgoedwaarde. Bij Wereldhave werd de waarde van de vastgoedportefeuille in de eerste helft van 2023 met 3 procent hoger getaxeerd, met name door de waardevermeerdering van afgeronde Full Service Centers, zoals Presikhaaf in Arnhem (+10%) en Sterrenburg in Dordrecht (+4%). Een winkelgebied mengen is dus geen zwaktebod om een gebrek aan succes van de retail te maskeren. Het is eerder andersom. Hoe meer functies er zijn, hoe beter ook de winkels gaan presteren.

Er hoeven dus niet altijd winkels weg. De Full Service Centers zijn een klassieke vorm van een 'win-winsituatie'. Meer functies komen ten goede aan de winkelomzet. Meer functies leiden tot extra bezoek. Meer functies creëren een gebied dat in alle opzichten het centrum van de wijk wordt. Als gebied waar de commercie bloeit. Als ontmoetingsplek. Als locatie waar alle noodzakelijke functies in de wijk zich bevinden. De sociale cohesie wordt vergroot en de plek functioneert steeds meer als een geheel.

Vijftien minuten

Het past allemaal in het idee van die zogenaamde '15-Minute Cities.' Zolang er geen sprake is van 'dwang en drang' (sommige planologen schieten nogal door, door mensen bijna te willen dwingen de wijk niet meer te verlaten), maar van vrijwilligheid, zal de wijk ervan profiteren. Mensen zullen zich vaker naar het eigen centrale punt in de wijk verplaatsen. En de retail vaart er wel bij.

Het is ook een logische stap. Een historische binnenstad is per definitie een gemengde plek. Maar in de jaren 60 en 70 was het juist mode, in de rigide vorm van planologie die toen bedreven werd, om functies te scheiden. En monofunctionele winkelcentra waren het gevolg. Maar tegenwoordig is functiemenging hét topic. Hoe meer functies, hoe beter. Wonen, werken, winkelen én alle dienstverlening die een mens nodig heeft: álles gebeurt op diezelfde plek. Om hier te vertoeven en te consumeren is toch veel leuker dan online bestellen en het pakketje thuis geleverd krijgen?

Ja natuurlijk: 'place to buy'

Voor de meesten onder ons is daarom zo'n plek te prefereren als de 'place to be'. En dan blijft het (of wordt het nog meer) ook een 'place to buy'. Waarom? Omdat hier ook andere mensen zijn. Mensen elkaar hier ontmoeten. En hier essentiële zaken als gezondheid én het verrichten van de noodzakelijke aankopen, worden gemengd met vertier. Zo wordt de sociale waarde van winkelen nog verder vergroot. Juist op zo'n centrale plek in de wijk wil de mens vertoeven. Op een 'agora', zoals de Grieken dat noemden.

Retail brengt mensen tot elkaar

En dat is dus de kracht van de retail. En dan bedoelen wij de kracht van 'stenen winkels in combinatie met al die andere functies.' De menselijke maat komt maximaal tot uiting op die mooie centrale plek. Retail is mensenwerk. En overstijgt de simpele aankoop van een product. Retail brengt mensen tot elkaar.

Beeld: Winkelcentrum Sterrenburg

Over de auteurs

Hans van Tellingen is algemeen directeur van consumentengedragsonderzoeker (in winkelgebieden) Strabo bv. **Peter ter Hark** is directeur van onderzoeks- en adviesbureau Retail Prospect. **Henk Vonk** is directeur van HevoFame, een multidisciplinair planontwikkelbedrijf gespecialiseerd in ontwikkeling en realisatie van integrale woonconcepten voor mensen met een zorg- en ondersteuningsvraag. **Herman Kok** is directeur van Kern, de nieuwe naam van de Nederlandse Raad Winkelcentra.

Hans van Tellingen, Peter ter Hark, Henk Vonk en Herman Kok