

Wees eens hard voor de binnenstad

05-01-2015 10:16

Door Herbert ter Beek (eigenaar van Bureau voor Economische Argumentatie) en Cees-Jan Pen (programmamanager bij Platform31, kennisorganisatie voor stedelijke ontwikkeling)

Het is de hoogste tijd om hard te zijn voor de binnenstad. De omzet van winkels in binnensteden is in tien jaar tijd met soms wel veertig procent gedaald. Het winkelend publiek blijft weg en alleen winkelketens overleven. Naast de opkomst van het shoppen op internet is dit te wijten aan te weinig kwaliteit, beleving en verrassing in het aanbod. Daar komen achterstallig onderhoud en uitblijvende investeringen in vernieuwing nog bij. Gemeenten ontwijken echte keuzes.

Onderzoek van Platform31 naar binnensteden in Nederland laat zien dat het planoptimisme uit de binnenstadsplannen en detailhandelsnota's van gemeenten is verdwenen. Stoppen met het toevoegen van extra vierkante meters is echter niet voldoende. Als omzetten met twintig tot veertig procent dalen en het vloeroppervlak van winkels gelijk blijft, daalt de omzet per vierkante meter navenant.

Internetshoppen

De conjunctuur verklaart maar een deel. De opkomst van internetshoppen is belangrijker. Het antwoord van veel gemeenten is 'absolute prioriteit voor de binnenstad'. Dit klinkt mooi, maar als geïsoleerde maatregel werkt het versluiwend en mogelijk zelfs averechts. Dan wordt vertrouwd op ondernemersgeest en creativiteit van binnenstadsondernemers die dit vertrouwen de laatste jaren niet hebben waargemaakt. Teruglopende bezoekersaantallen en bestedingen zijn ook te wijten aan te weinig kwaliteit, beleving en verrassing in het aanbod.

Als het aanbod van een binnenstad dat van omliggende regionale kernen nauwelijks overstijgt op deze aspecten, helpen planologische 'verbodsborden' in de regio niet om de positie van de centrumstad overeind te houden.

Geen verschillen

De harde werkelijkheid is dat de hoofdwinkelstraten van bijvoorbeeld Alkmaar, Amersfoort of Arnhem nauwelijks van elkaar verschillen. De markt handhaaft ondanks crisis en minder omzet de hoge huren, die alleen de grote ketens kunnen opbrengen. Gemeenten weten dit niet te keren. Het behoud van de Bijenkorf of het binnenhalen van een Primark verandert daar in essentie weinig aan. Voor onderscheidend vermogen en 'smoel' van binnensteden moeten bezoekers letterlijk verder kijken. B- en C-winkellocaties hebben het moeilijk, maar juist hier kunnen steden inspelen op de behoefte van consumenten aan sfeer, beleving, authenticiteit en verrassingen. Juist daar kun je detailhandel combineren met horeca, ambachten, galeries, wonen en werken.

De vraag is van wie de gewenste kwaliteitsimpuls, beleving en verrassingen in het aanbod moeten komen. De investeringen in de detailhandel zijn sinds 2009 met 40 procent afgenomen. Gemeenten kunnen willen dat het kernwinkelgebied compacter wordt, maar zij kunnen pandeigenaren niet dwingen tot transformatie naar andere stedelijke functies. Het traditionele planologische beleid is gebaseerd op toelatingsplanologie en legt vast wat niet mag. Wat nodig is, is een omslag naar uitnodigingsplanologie, waar de private sector binnen ruime kaders grotere mogelijkheden krijgt om functies te combineren. Niet voorschrijven wat niet mag, maar ruimte bieden aan creativiteit en ondernemerschap, ook buiten de centrale winkelstraten.

Durven kiezen

Gemeenten moeten hun binnensteden verder ondersteunen door er publieke en semipublieke functies als horeca, cultuur en onderwijs te concentreren. Hierdoor ontstaat meer reuring; de markt zal dit oppakken. De

binnenstad van place to buy naar place to be en place to meet. Steden benutten de economische potentie van onderwijs en cultuur veel te weinig. De in binnensteden gelegen musea en theaters zijn vaak slecht verbonden met de overige stedelijke functies. Wie de route van de Kunsthal in Rotterdam naar de Bijenkorf op de Coolsingel heeft gelopen, snapt wat we bedoelen.

Durven kiezen is nodig. Niet alleen ruimtelijk-planologisch en gericht op concentratie van voorzieningen, maar ook in de organisatie van de binnenstad. Veel gemeenten hebben de afgelopen jaren fors gesneden in de afdelingen economie, binnenstad of stedelijke ontwikkeling. De voorliggende transformatieopgaven zijn echter complex en vragen om georganiseerde daadkracht en inzet van onorthodoxe instrumenten.

Krimp

Omzetting van winkels naar wonen en werken, inzet van een sloopfonds. De aanpak van krachtwijken leert ons dat grip op vastgoed een voorwaarde is voor snelle doorbraken. Een andere voorwaarde is een integrale visie op en aanpak van de binnenstad. Het is vanuit dit perspectief verheugend dat in enkele steden wethouders 'binnenstad' zijn aangesteld. Het is te hopen dat deze bestuurder op meer kan bouwen dan een binnenstadsmanager zonder doorzettingsmacht en ondernemersfondsen zonder geld. Het is nodig dat zowel overheid als ondernemers de onvermijdelijke krimp van het kernwinkelapparaat zien als hét moment om te vernieuwen en als aangrijpingspunt om te investeren.