

Hoe freezones de winkelstraat nieuw leven inblazen

17-09-2015 07:40

Samenwerken en nieuwe initiatieven ontwikkelen voor de retailbranche. Afspraken tussen retail, vastgoedpartijen en met vijftig gemeenten in RetailDeals om aantrekkelijke winkelgebieden te creëren. Op 17 november vindt het RetailAgenda Jaarcongres plaats, waar het samenbrengen van deze partijen, maar bovenal de kansen voor het winkellandschap centraal staan. Meer kansen voor winkeliers. Eén van de sprekers is Marja Ruigrok, die hier als voorzitter van de VVD-fractie Amsterdam constant mee bezig is. Volgens haar is er toekomst voor de winkelstraat, zeker als de regeldruk vanuit de gemeente wordt verminderd. "Maak meer mogelijk, zodat er meer initiatieven van de grond komen."

In haar rol als gemeenteraadslid heeft Ruigrok het initiatief genomen om te starten met freezones: straten met een leegstand hoger dan vijf procent, waar de regeldruk vanuit de gemeente wordt versoepeld. Een 'regelarme' straat, bepleit Ruigrok. Een straat met dynamiek, die leeft en die het voor nieuwe ondernemers aantrekkelijker maakt om er een winkel te openen.

De eerste pilot is inmiddels van start gegaan in de Jan Evertsenstraat, de 'Jan Eef'. "Het doel is om samen met retailers en bewoners te kijken wat je aan regels kunt weghalen, om zo flexibeler met de winkelstraat om te gaan. Als je de strakke lijnen tussen wonen, retail en horeca wat losser maakt, ontstaan er meer mogelijkheden, zoals mengformules. Daarnaast kun je denken aan de vrijheid om iets op je stoep te zetten. Zonder een vergunning nodig te hebben. Een voedselafgifteloket, of een extra presentatietafel bijvoorbeeld."

Als marktonderzoeker weet Ruigrok daarnaast als geen ander hoe belangrijk het is om je klant te kennen. Want hoe mooi de winkel ook, succes is alleen mogelijk als je weet wie je klant is. "Wat beweegt hen, hoe gaan ze door mijn winkel heen en hoe kan ik ze verleiden?" Een ding dat zeker is, is de groeiende invloed van online in ons winkellandschap. "In ons jaarlijkse onderzoek naar consumentengedrag, stijgt het aandeel online ieder jaar. Dit jaar was dat 89 procent."

Wat voor de toekomst vast staat: een nieuwe of aangepaste winkelvorm werkt alleen als er ook rekening wordt gehouden met alle kansen en mogelijkheden die er zijn. "In een combinatie van off- en online zijn er verschillende keuzes te maken. Je kan zoals Hutspot dat doet niets online verkopen en bezoekers alleen naar de winkels sturen. Anderzijds zijn er ook pure players die niets met fysieke retail doen. Zorg ervoor dat je weet aan wie je wat verkoopt en dat je iedereen de ruimte geeft om winkelstraten aantrekkelijk te maken."

Tijdens het eerste Jaarcongres RetailAgenda op 17 november gaat Marja Ruigrok verder in op het belang van minder regeldruk en meer flexibiliteit. Behalve Ruigrok beklimt Roland Kahn (Coolcat, America Today, MS Mode) het podium om zijn visie op toekomstbestendige retail te delen. Vastgoeddirecteur Luuk Lantinga van Plus gaat in op de rol van supermarkten in winkelgebieden. U kunt zich inschrijven door een e-mail met uw contactgegevens te sturen naar events@retailtrends.nl. Kijk [hier](#) voor het complete programma en keynotes.