

Utrecht verkozen tot 'beste binnenstad'

16-11-2017 08:20



Het centrum van Utrecht is door JLL uitgeroepen tot beste binnenstad van Nederland. In de eerste Ranking Retail van de vastgoedadviseur bleef de stad Amsterdam en Den Haag voor.

JLL heeft de kwaliteit van Nederlandse binnensteden met vijftigduizend inwoners over meer beoordeeld op acht thema's met in totaal 33 variabelen. Zo is gekeken naar onder meer vastgoed-, economische- en demografische ontwikkelingen en de aantrekkelijkheid voor zowel consumenten, retailers als beleggers. Vooral de balans tussen winkels, leisure, restaurants en cafés en de beleggersactiviteit in de afgelopen jaren hebben Utrecht de koppositie gebracht. Zo werden in de afgelopen jaren 19 beleggingstransacties geregistreerd in het centrum van Utrecht, waarbij vooral de historische winkelstraten als de Oudegracht, Steenweg en Vredenburg in trek waren.

Utrecht deed het met een score van 81,5 procent net iets beter dan Amsterdam, dat op 81,2 procent uitkwam. Den Haag maakt de top drie compleet. Opvallend is de vierde plaats voor Delft, terwijl Rotterdam met 73,8 procent pas op de achtste plaats is terug te vinden. Opvallende posities zijn er verder voor Purmerend, Apeldoorn en Gouda op respectievelijk de achttiende, negentiende en twintigste plaats. De sterke positie van deze steden gaat ten koste van onder meer Amstelveen, Breda en Dordrecht.

Positie	Stad	Score
1	Utrecht	81,5%
2	Amsterdam	81,2%
3	Den Haag	78,4%
4	Delft	76,6%
5	Nijmegen	75,4%
6	Leiden	75,3%
7	Zwolle	74,3%
8	Rotterdam	73,8%
9	Groningen	73,5%
10	Eindhoven	73,1%

Uit het onderzoek blijkt verder het toenemende belang van toerisme voor de belangrijkste winkelsteden. In het centrum van Amsterdam zijn bestedingen voor bijna de helft afkomstig van toeristen, in Rotterdam en Utrecht respectievelijk 46 en 47 procent. Dit onderschrijft volgens JLL het 'bovenregionale karakter van regionaal dominante steden', die in toenemende mate afhankelijk zijn van bestedingen van buiten de gemeentegrenzen.

Ondanks de verbeterde economische situatie in Nederland is het gedrag van veel retailers veranderd, constateert JLL verder. Het aantal retailers dat nog winkels van vijfduizend vierkante meter of groter zoekt is sterk afgenomen, terwijl ook de locatiestrategie niet voor alle retailers meer eenduidig in te vullen is. Dat komt vooral doordat consumenten bereid zijn om verder te reizen voor een binnenstad met een goede mix van functies, terwijl ook online zorgt voor minder noodzaak van landelijke dekking.