

Column: Welke drie dingen kan provincie Utrecht doen aan leegstand?

05-08-2015 11:58

Het economisch functioneren van de detailhandel in Utrecht staat onder grote druk. Wat zou de provincie in een retailvisie op moeten nemen? Drie aandachtspunten. Allereerst gerichte flexibilisering van bestemmingsplannen. Ten tweede inspelen op de nieuwe klantreis en ten derde uitnodigingsplanologie. Mooie uitdaging voor het retailplatform.

Het onderzoeksrapport geeft een prima inventarisatie. Toenemende leegstand, afnemende traffic en groeiende onlinebestedingen. Maar is afnemende omzet per m2 persé een probleem? Iets ruimere winkels zijn ook een antwoord op veranderend koopgedrag, met behoefte aan meer beleving. Kern uitdaging voor de provincie: Hoe realiseren we samen met gemeenten, ondernemers en vastgoed een duurzame, aantrekkelijke detailhandel?

1: Flexibilisering met visie

Leegstand is een relatief probleem. In bestemmingsplannen zijn wonen, horeca en detailhandel meestal gescheiden. Kijken we naar de woonvraag dan zien we groepen huishoudens echter kiezen voor een gemengde omgeving. 'Wij willen weer in de stad gaan wonen omdat je dan gezellig een terras om de hoek hebt'. Sommige ondernemers kiezen ook voor een gemengde omgeving. Door geschikte zones aan te wijzen met een gemengde bestemming kan winkelleegstand opgevangen worden door andere functies, waarbij het centrum nog aantrekkelijker wordt ook. Er zouden kraamkamerzones aangewezen kunnen worden, waar functies kunnen wisselen. Zo ontstaat ruimte voor verandering.

2: Inspelen op de nieuwe klantreis

"Pure internetwinkels maken geen winst en traditionele winkels hebben geen toekomst", vertelde ex-CEO van de Hermans Groep Steven Bakker ons bij Shopping Tomorrow. De klantreis is veranderd. Oriëntatie op internet zorgt voor veranderende traffic. Online winkels zoeken fysieke vestigingsplaatsen. De rol van internet en winkel is ook afhankelijk van hoe consumenten hun centrum waarderen. We zagen bijvoorbeeld dat de groep 'veel geld, weinig tijd' sterk achterblijft in het centrum van Utrecht. De provincie kan helpen aan te sluiten op de nieuwe klantreis, met kiezende consumenten en waarbij ook online winkels kunnen landen.

3: Uitnodigingsplanologie

Wat is de rol en positie van elke gemeente? Welk type detailhandel is er van nature sterk? Welke doelgroepen wonen er? Wat zoeken ondernemers? De provincie speelt daarbij een belangrijke rol. Ze kan de gemeenten vragen waar ze sterk zijn, wat het karakter van hun winkelgebieden is en welke positie ze in de provincie in willen nemen. Citymarketing, regionale economie en detailhandel komen hier samen. Dit vraagt kennis en samenwerking. De nieuwe Omgevingswet en uitnodigingsplanologie kunnen hierbij goed helpen. Inclusief ruimte om met visie in te spelen op verandering. Mooie uitdaging voor het retailplatform!

Een column van Eduard Plate, adviseur marketing en vestigingsplaatsen bij EduardPlate.nl / Extenzio.