

NIET REMMEN, MAAR STUREN

Max Verstappen is de reden dat ik voor het eerst sinds jaren weer de Formule 1 volg. Zijn inhaalmanoeuvres zijn creatief, getuigen van lef, maar bovenal van goede stuurmanskunst.

Als je ergens naar toe wilt, dan moet je gas geven en goed kunnen sturen. Het lijkt een open deur, maar toch iets wat ik in de discussies over de toekomst van het winkellandschap mis. De discussies gaan over remmen, remmen via bestemmingsplannen, of remmen via de Ladder voor Duurzame Vestedelijking, mooi bedachte regelgeving, maar in praktijk helaas niet meer dan een adviesbureau spekkend, maar altijd goed te nemen administratieve hobbel. Remmen: 'geen FOC, geen uitbreidingsruimte, geen meter winkel meer erbij'. De soms zeer legitieme noodkreten beheersen de discussies op de winkelmarkt. Maar hoe legitiem de noodkreten ook zijn, ze leiden de aandacht af van waar het werkelijk om gaat op de winkelmarkt. Er moet niet alleen geremd worden op de hoeveelheid meters, er moet gas gegeven worden en gestuurd op de toekomst van het winkelgebied. Veel stads- en winkelcentra in Nederland kunnen zoveel beter. De verbetering begint bij een visie, wat wil én wat kan men met het winkelcentrum. Om die verbetering vervolgens te realiseren moet er, en dat kan echt niet anders, geïnvesteerd worden. Geïnvesteerd worden in de openbare ruimte, in events, in beleving. Dat wordt maar al te vaak vergeten. Onze centra in Nederland hebben centen nodig om beter te worden.

Voor het investeringsprogramma hanteer ik zelf de 8 V's: Visie & Verstand, Verschil & Verbind, Verras & Verrijken en Verbeter & Vertel. Bij Visie & Verstand gaat het er om letterlijk een goede retailvisie te maken. Een visie opgesteld vanuit verstand en dus niet gedacht vanuit Euro's van extra grondopbrengsten. Benut hierbij de kennis van bijvoorbeeld de NRW en/of van lokale retaildeskundigen, die vaak graag willen meedenken over de lokale winkelmarkt. Bij Verschil & Verbind gaat het om inzetten op het onderscheidend vermogen van de stad. Hiervoor zijn identiteitdragers erg geschikt, monumentale gebouwen, cultuur, brouwerijen, maar ook bijvoorbeeld evenementen. Bij Verbind gaat het enerzijds om het creëren van één grote winkelroute waar steeds op elk punt iets te beleven is. Voor gaten in de winkelbeleving moet zo snel mogelijk een oplossing worden bedacht. Anderzijds gaat het om de verbinding tussen ondernemers, retailketens, beleggers, bewoners en de gemeente. Bij Verras &

Verrijken gaat het om het letterlijk creëren van verrassingen voor de consument, bijvoorbeeld door pop-up winkels of kiosken, verrassende vaak wisselende winkels met gemengde concepten (blurring) mogelijk te maken, markten of tijdelijke kunst in de openbare ruimte te organiseren. Bij Verbeter & Vertel ten slotte gaat het om het managen van de stad als winkelcentrum. Waar mogelijk met een sterke branchering, maar vooral ook met een hoge kwaliteit van het parkeren, het creëren van kinderopvang en schone openbare toiletten en een veilige openbare ruimte. Daarbij is het belangrijk om het succes van de eigen verbeteracties te meten, te leren en steeds opnieuw te verbeteren. En natuurlijk om successen te delen met betrokkenen, met consumenten, maar ook met consumenten die het winkelgebied niet meer bezochten.

De 8 V's, ze gaan stuk voor stuk over verrijking van de winkelbeleving. En stuk voor stuk zullen ze een investering van de gemeente vragen. Investerings die een voorwaarde zijn om de gemeente op de kaart te houden als aantrekkelijk winkelgebied. Ik roep alle gemeenten daarom op zo snel mogelijk een goede winkelvisie te maken, gericht op de moderne winkelconsument, met de 8 V's als checklist. Want onthoud, zonder remmen vlieg je uit de bocht, maar zonder visie kom je nergens...

Boris van der Gijp

Syntrus Achmea Real Estate & Finance

