

TACO DE GROOT, VASTNED RETAIL NV

‘UTRECHT IS DE IDEALE SHOPSTAD’

Taco de Groot geeft het ruiterlijk toe: zijn visie op Utrecht is gekleurd. Hij werd er geboren, studeerde, woonde en werkte er, en kent de stad dus op zijn duimpje. ‘Een unieke stad’, vindt hij. ‘Utrecht is de enige van de vier grote steden waar je nog echt een dorpsgevoel hebt.’



1_ Sissy-Boy aan de Oudegracht 124-126
2_ Oudegracht
3_ Drieharingstraat

1

Utrecht heeft veel gezichten. Het is een stad met geschiedenis – en dat spreekt **Taco de Groot** aan. ‘Het mooie van de Utrechtse binnenstad is dat het middeleeuwse stratenplan nog bijna helemaal intact is, doordat de wereldse macht geen invloed had op de vele kloosters in de stad. Uniek zijn ook de werven waar vroeger de goederen over het water aangevoerd werden. Fantastisch om daar nu op een terrasje te zitten of langs te varen. Het kan er gezellig druk zijn, maar ik vind de stad toch het mooist in augustus, als alle studenten weg zijn. Of op een stille zondagochtend als iedereen nog slaapt en de nevel boven de grachten hangt. Zo verstild; dan heeft de stad iets mystieks.’

Maar meestal is de stad het terrein van toeristen en winkelend publiek. Niet zo gek, vindt **De Groot**, want Utrecht heeft alles wat mensen in een stad zoeken op loopafstand. ‘De compactheid is een grote kracht van

Utrecht. Alles wat toeristen willen, vinden ze hier op een klein oppervlak. Je hoeft geen uren te lopen voordat je ergens bent. En het shoppen gebeurt bovendien in een mooie historische omgeving, dus ook liefhebbers van kunst en cultuur komen hier aan hun trekken. Juist die combinatie maakt Utrecht tot de ideale shopstad.’ Daarom investeert Vastned ook bewust in de historische binnenstad.

GEEN LUXE SEGMENT

Qua retail heeft Utrecht een heel eigen gezicht. Het meest opvallende is dat de Domstad geen ‘P.C. Hoofstraat’ heeft. Dat hangt samen met het feit dat het vooral een studentenstad is en weinig hogere inkomens huisvest. ‘Retail vormt zich naar de inwoners’, verklaart **De Groot**. ‘Geen hogere inkomens betekent ook: geen luxe winkels. Vroeger was Oudkerkhof de sjeke straat



2

‘ALLES WAT TOERISTEN WILLEN, VINDEN ZE HIER OP EEN KLEIN OPPERVAK. EN HET SHOPPEN GEBEURT BOVENDIEN IN EEN MOOIE HISTORISCHE OMGEVING, DUS OOK LIEFHEBBERS VAN KUNST EN CULTUUR KOMEN HIER AAN HUN TREKKEN’

van Utrecht, maar daar is, behalve de servieswinkel, niets meer van over. Ook een keten als Massimo Dutti, het sjeke broertje & zusje van Zara, heeft het hier niet gered.’

Een ander opvallend gegeven: de locatie luistert in deze stad bijzonder nauw. ‘Je moet hier als retailer niet zomaar ergens gaan zitten. Zelfs een goede straat is geen garantie voor succes. Ook de Oudegracht wordt minder richting de Potterstraat en de Lange Viestraat. Het is het allemaal ‘net niet’. Je zit hier snel *off-pitch*.’

FOOD & BEVERAGE

Positief is de enorme groei van het aandeel food & beverage. Begonnen op het Domplein en het Janskerkhof, is de terrasjescultuur met de horeca uitgewaaierd over de stad. Een goede zaak, vindt De Groot, want dat bevordert de levendigheid. Ook over de Drieharingstraat is hij enthousiast. Van oudsher een straat waar muziekinstrumenten, lp’s etc. werden verkocht, is dit straatje omgetoverd tot een echte horecastraat. Er zit van alles, van hamburgerzaak tot visspecialist. En het mooie: dat zijn allemaal zaken van verschillende ondernemers, en geen monopolie van een horecagigant.



3

‘EEN PARKEERGARAGE ONDER DE SCOUWBURG ZOU HET HOGERE SEGMENT UIT DE OMLIGGENDE GEMEENTEN NAAR DE STAD KUNNEN TREKKEN’



4 Pull & Bear aan de Oudegracht 161

5 Essentiel Antwerp aan de Choorstraat 13

4

5



Wat het winkelbestand betreft ziet **De Groot** veel leuke, lokale ondernemingen. ‘Maar dat zijn niet de mensen die ketens uitrollen. Dat past niet bij Utrecht. Echt nieuwe, succesvolle concepten zijn hier dun gezaaid.’ Ook over de herinrichting van Hoog Catharijne is hij niet onverdeeld positief, omdat het zorgt voor verdringing. ‘Als ergens veel vierkante meters bijkomen, gaan er elders vierkante meters af, want de consument kan zijn geld maar een keer uitgeven. De retailers zitten nog steeds in zwaar weer. Het retail landschap is enorm veranderd. De consument geeft zijn geld aan andere dingen uit dan vroeger. Daardoor concurreert H&M niet alleen meer met Primark, maar ook met Ryanair en Vodafone. Retailers moeten zichzelf echt opnieuw uitvinden. En degenen die het gaan winnen, zijn de ondernemers die investeren in hun personeel. Dat is de cruciale schakel.’



ZES VRAGEN AAN TACO DE GROOT

FAVORIETE RETAIL CONCEPT?	FAVORIETE RESTAURANT?
Broese	Vis & Meer in de Drieharingstraat.
boekverkopers.	WAAR KOM JE TOT RUST IN DE STAD?
FAVORIETE FOOD EN BEVERAGE CONCEPT?	In de kloostertuin van de Domkerk.
Visbistro Sea Salt Saloon.	VERBORGEN PARELTJE IN UTRECHT?
LEUKSTE WINKELSTRAAT?	De zijstraatjes van de Nieuwegracht.
Oudegracht.	

POTENTIE

De Groot ziet absoluut kansen voor de stad om de bedrijvigheid verder uit te bouwen. ‘Utrecht is een stad met veel potentie, maar dan moet je die kansen wel pakken. En dat heeft de stad de laatste tijd niet gedaan. Dat de verbouwing van Hoog Catharijne en het station niet is aangegrepen om de Jaarbeurs te verplaatsen naar Papendorp, is een gemiste kans. Dat had de binnenstad een enorme impuls gegeven en de stad aan de westkant geheeld. Nu blijft dat stuk rondom de Jaarbeurs een zwarte vlek in het hart van de stad.’

Ook het vergroten van de bereikbaarheid per auto is een must om meer mensen naar het centrum te trekken. ‘Alles is nu ingesteld op het openbaar vervoer, en het centrum is vanuit de oostkant niet bereikbaar. Een parkeergarage onder de schouwburg zou het hogere segment uit de omliggende gemeenten naar de stad kunnen trekken.’ En voor de verre toekomst zou hij graag een masterplan

zien voor het gebied Lage Weide. Dat is nu namelijk een klassiek voorbeeld van slecht ruimttemanagement, vindt hij. ‘Zoveel platte dozen; dat kan echt beter. Kijk naar Hong Kong, daar heb je logistieke gebouwen van 8 verdiepingen hoog. We kunnen die schaarse grond veel beter benutten door die een andere invulling te geven.’ ■