

DE Vijf mensen die
hun binnensteden
laten bloeien

AAN

JAGGERS



Elke middelgrote en grote stad kent wel één of meerdere aanjagers die ervoor zorgen dat de economische vitaliteit van het centrumgebied wordt geborgd. Als zelfstandige ondernemers in loondienst van gemeente of centrummanagement streven deze geboren verbinders naar de ideale mix tussen retail, horeca, leisure en dienstverlening in het stadscentrum. Ze kunnen (vaak) niets afdwingen, maar ze zijn wel continu in gesprek met ondernemers, potentiële huurders, vastgoedeigenaren, investeerders en winkelketens.



'Ik leg
de lat
graag
hoog'

Emma Briggs
is oud-retailer.
Sinds mei 2016 is ze
verantwoordelijk
voor acquisitie en
matchmaking voor met
name binnenstedelijke
retailconcepten van
de sector Economie &
Cultuur bij de **gemeente**
Eindhoven.

Wat is er bijzonder aan Eindhoven?

'We zijn het primaire winkelgebied voor ongeveer 800.000 mensen terwijl we een relatief kleine binnenstad hebben. Toch zijn we terughoudend in het uitbouwen van meer vierkante meters aan retail want er zijn weinig expansieplannen. En aan Intertoys en Coolcat zie je dat niets voor eeuwig is.'

Wat is jullie voornaamste uitdaging?

'Binnen ons acquisitieteam mag ik me fulltime focussen op retail, mijn collega Rob van der Ploeg doet dat voor horeca. Wij maken samen een toekomstbestendige mix: de horeca neemt toe en retail neemt af. We proberen toe te werken naar een binnenstad waar je kunt verblijven; wandelen, cultuur ervaren, wat kan eten en drinken, en naar een winkel kunt gaan. Onze acties toetsen we aan de acht strategische lijnen van onze binnenstadsvisie.'

Hoe kan je de stad voor ondernemers aantrekkelijk houden?

'Verhuurders en ondernemers hebben een gezamenlijk belang; een gezonde exploitatie waardoor de huur opgebracht kan worden. Dus de stad moet aantrekkelijk zijn voor alle 800.000 mensen die er verblijven en besteden. We hebben jaarlijks ruim 16 miljoen passanten. Als we die aan ons willen blijven binden, moet de stad een interessante mix bieden van aanbod.'

Wat vragen verhuurders aan jou? 'Er is veel behoefte bij verhuurders en retailers aan goede data over onder andere passanten, de gemiddelde besteding en de effecten van evenementen. Dat willen ze weten om een onderbouwde beslissing te nemen over vestiging. Op de toplocaties betalen ondernemers best een goed huurniveau, en dan moet je je informatie wel op orde hebben.'

Kun je de grote ketens makkelijk aan je binden? 'Eindhoven staat vaak op de expansielijst van de grote partijen. Horeca gaat wat makkelijker dan retail, maar dat zal voor bijna alle steden gelden. Het is mijn brandende ambitie om ervoor te zorgen dat we - na Amsterdam - als vestigingsplaats op de eerste plaats komen. Ik leg de lat graag hoog. Eindhoven zit qua omzetvolume vaak in de top 3 door het grote verzorgingsgebied, de bindingskracht en de gemiddeld hoge bestedingen.'



'Ik spreek de taal van de ondernemer'

Oud-makelaar **Marc Evers** is sinds 2009 werkzaam als accountmanager Economie bij de **gemeente 's Hertogenbosch**. Verantwoordelijk voor acquisitie en relatiebeheer van retail- en horeca formules in de binnenstad en wijkwinkelcentra.

Hoe zijn jullie georganiseerd? 'Wij werken in Den Bosch met drie man op retail en horeca voor de binnenstad. Onze taken verdelen we op strategisch, tactisch en operationeel vlak. Ikzelf ben wat meer de tactische man; ik houd mijn ogen en oren goed open.'

Wat is in het centrum van Den Bosch de voornaamste uitdaging? 'Wij hebben het eigenlijk heel gemakkelijk gehad de afgelopen jaren. Zelfs in de crisis hadden we een leegstandspercentage van 5 procent, en het is altijd druk gebleven in de stad. Maar je moet wel constant bezig zijn om het gewenste niveau te behouden. De zaken die goed gaan moet je in stand houden.'

Welke zaken gaan minder goed? 'De bevoorrading van de stad bijvoorbeeld, dat geeft wel een beetje spanning. Je moet natuurlijk constant de leegstand in de gaten houden, dat is vooral een kwestie van bijsturen. Het was schrikken dat destijds (februari 2016, BH) het V&D-pand leegkwam. Dan ga je wel meedenken met de nieuwe huurder Hudsons Bay. Het is heel belangrijk dat je buiten loopt en weet hoe de stad zich ontwikkelt.'

Is er een geheim in de manier waarop jij je werk doet? 'Gevoel hebben bij die ondernemer waarbij je beseft dat de vastgoedondernemer anders is dan de exploitant. Beide partijen moet je snappen. Ik zeg dat wel eens intern; ik spreek meer de taal van de ondernemer dan die van de ambtenaar.'

Weet jij altijd van alle ondernemers wat ze willen? 'In grote lijnen wel. Wij hebben natuurlijk het voordeel dat Den Bosch een geweldige naam heeft, maar die moet je wel behouden. We kunnen niet zonder winkelketens, maar het moet wel een goede mix zijn.'

Is er een strategie om de grote ketens binnen te halen? 'Dat is lastig hoor. Op een dag besloot de Bijenkorf de vestiging in Den Bosch te sluiten (eind maart 2016, BH) vanwege de focus op de grote steden. Dan kan ik hoog en laag springen, maar dat helpt natuurlijk niet.'

'De binnenstad is veel meer op ervaring gericht'



Oud-ondernemer **Simon Poelstra** zet zich sinds 2013 voor gemeente Groningen met succes in voor het verbeteren van het ondernemersklimaat van **Groningen**.

Wat is het effect geweest van jouw inzet voor de stedelijke economie? 'Wij zijn hier als afdeling ruim zes jaar geleden gestart met een leegstand van rond de 10 procent, een slechte relatie met de ondernemers en dalende bezoekersaantallen. Uit onze analyse bleken drie dingen. Ten eerste was de fysieke omgeving niet echt aantrekkelijk voor lopende bezoekers die het geld uitgeven, reden er veel bussen en was er weinig groen. Het tweede aspect was dat we qua branchering meer diversiteit nodig hadden: daghoreca, events en cultuur. Ten derde vonden we dat het ondernemerschap een *boost* nodig had. Dat hield in: de samenwerking beter organiseren en meer ervaringen bieden.'

Het aanpakken van deze drieslag is het recept geweest voor de opleving van Groningen? 'Zeker. Onze gedachte was dat de economie als vanzelf weer zou opleven met enerzijds een aantrekkelijk verblijfsklimaat, en anderzijds het creëren van veel ervaringen door samenwerking en ondernemerschap. We hebben € 23 miljoen geïnvesteerd in het aanbrengen van meer groen en het creëren van "busloze" straten. Dat geeft een compleet andere vibe. Om diversiteit te stimuleren hebben we het bestemmingsplan omgegooid; zolang je respect hebt voor monumenten mag van ons bijna alles. Je ziet nu heel veel daghoreca die loopt als een trein. Daarbij hebben we geïnvesteerd in evenementen en een ondernemerscollectief dat echt aansluiting zoekt met culturele instellingen en scholen. De binnenstad is vandaag de dag veel meer op ervaring gericht dan zeven jaar geleden. We hebben ondernemers weten te inspireren, door bijvoorbeeld clinics te geven. Ook hebben we hen aangezet om actie te ondernemen. We hebben de Groninger Retail Academie opgericht en een eigen Groninger Retailagenda opgezet.'

De binnenstad is booming. Wat zijn de tastbare verschillen? 'De leegstand is met 4,5 procent gedaald en het aantal bezoekers is gestegen.'

Krijg je ook de grote retailers naar Groningen? 'Wat je merkt is dat de winkelketens heel goed weten wat ze willen. Mijn ervaring is dat je ze niet kunt overtuigen. De Bijenkorf is hier weg gegaan (29 februari 2015, BH) omdat de inkomens hier niet in het hoogste segment zitten. Daar is een Primark op de Westervaren voor teruggekomen. Logisch met 80.000 studenten op 232.000 inwoners.'

Wat is precies jouw opdracht? ‘De diversiteit van het winkelaanbod behouden en daar vallen drie zaken onder: als eerste het binnenhalen van internationale concepten in de binnenstad. Als tweede denk ik mee om van de stadsdeelcentra Osdorpplein, Buikslotermeerplein en Amsterdamse Poort toekomstbestendig te maken en om de leegstand terug te dringen. Door de combinatie te maken tussen retail, horeca en kantoren. Tot slot houd ik mij bezig met de toekomst van de winkelgebieden. We moeten immers oppassen dat je bij de nieuwbouw in de stad niet alleen maar winkels toevoegt want dan bouw je voor leegstand. We werken vanuit EZ met mensen die hun eigen gebied in de gaten houden. Ik mag een beetje het overzicht houden.’

Het is natuurlijk niet lastig om grote retailers naar Amsterdam te krijgen. ‘Ha ha, ze willen inderdaad wel naar Amsterdam komen, maar allemaal kiezen ze voor het centrum met veel vierkante meters en voor weinig geld. Dat valt niet mee. Je moet dus met ze meedenken over alternatieven, die wellicht net buiten het centrum liggen.’

Na 10 jaar Albert Heijn is **Marije Pouw** sinds 1 september 2018 ambtenaar bij Economische Zaken van de **gemeente Amsterdam**. Zij is de allereerste retailloods van de stad.



'Grote retailers willen allemaal naar het centrum'

Jij bent natuurlijk voortdurend in gesprek met de retailers en de eigenaren? ‘Zeker. De term retailloods is wel goed gekozen, want ik ben altijd aan het verbinden. Op dit moment is bijvoorbeeld het bestemmingsplan Winkeldiversiteit Centrum actueel waarbij er minder focus is op toeristisch aanbod, en dat levert een aantal regels op.’

In de oude binnenstad zie je inderdaad veel toeristenwinkels. Dat draai je niet terug. ‘Het nieuwe bestemmingsplan helpt want je kan in ieder geval niet nog meer toeristenwinkels erbij krijgen. Wat je doet is overleggen met winkelstraatmanagers en gebiedsmakelaars als er een pand vrijkomt: samen bepaal je waar behoefte aan is in de straat. Niet gelijk verhuren aan een winkel in badeendjes bijvoorbeeld. Dat betekent veel praten.’

Wat is jouw visie op de verschillende straten? ‘Het is goed als alle gebieden in het centrum weten wat hun profiel is. In bepaalde straten waar nog steeds veel winkels zitten, zullen pandeigenaren ook moeten kijken naar nieuwe huurders als ateliers, kantoren of een museum. Je ziet een groei in zaken als persoonlijke verzorging waarmee je ook een goede huur kunt vangen.’

'We staan op de lijstjes'

Sofie Dijkhuizen is in januari 2019 gestart als vestigingsadviseur voor Centrum Management **Leiden**.

Wat is jouw ambitie voor de Leidse binnenstad? ‘Ik houd me nu vooral bezig met langdurige en frictie leegstand. Er is een deel van de Haarlemmerstraat waar best wat leegstaat. We hebben begin dit jaar een oproep geplaatst voor ondernemers die ideeën kunnen mailen. Het is aan ons om te kijken of we de bestemming kunnen verruimen. Dat levert veel initiatieven op en er zijn nu vijf winkels geplaatst. Samen met de gemeente heb ik gesproken over de lijst van initiatieven die nog niet direct ingevuld kunnen worden omdat ze strikt gezien niet onder retail vallen. Daarbij moet je bijvoorbeeld denken aan flexplekken en een yogastudio.’

Zie jij jezelf als een verbinder van partijen? ‘Ik ben heel nauw in contact met de Leidse makelaars om ze te overtuigen dat we hetzelfde belang hebben. We willen beiden leuke partijen in leegstaande panden krijgen. Ik koppel dus ook ondernemers aan makelaars.’



Praat je ook met partijen die niet direct belang hebben bij winkels? ‘Zeker, ik heb dit voorjaar een fietstocht georganiseerd met Erfgoed Leiden, een cultuurhistorisch centrum waar archivisten, archeologen en bouw- en architectuurhistorici werken. We hebben honderden monumentale panden in de binnenstad. Deze komen pas in de bezwaarperiode bij huurders terecht. Terwijl als je dat vooraf doet, het veel beter werkt. Ik moet veel informatie bundelen en wegzetten bij de juiste personen.’

Dat lijkt me best complex voor een vestigingsadviseur? ‘Het maakt mijn werk wel interessanter. De Leidse binnenstad wordt natuurlijk steeds meer een mix van werken, horeca en winkels, dus daar moet je op inspelen. Het gaat heel erg om beleven in Leiden. We hebben laatst in het Randstad Koopstromenonderzoek gezien dat 39 procent van alle mensen uit de omgeving graag naar Leiden komt. Het brede plan is dat mensen langer in de stad blijven. Daarbij spelen ketens ook een belangrijke rol.’

Krijg je de grote retailers wel naar de Leidse binnenstad? ‘Dat is een uitdaging. Leiden kent overwegend kleine panden in vergelijking met Den Haag en Amsterdam, die veel meer volume hebben. We zijn wel heel blij met de H&M op de Aalmarkt. De grote ketens hebben behoorlijk wat eisen. Ik draai het graag om door de 125.000 bewoners te vragen: ‘‘Aan welke winkelketens heeft u behoefte?’’ Je moet niet vergeten dat Leiden met ruim 32.000 studenten echt een studentenstad is in relatie tot het bestedingsniveau. Ik denk dat we wel op de lijstjes staan.’