

Oh, oh, Den Haag, mooie winkelstad

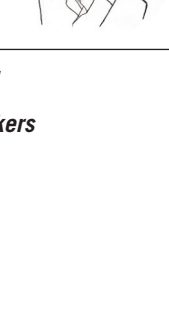
door Rupert Parker Brady



Retailambities blijven onverminderd groot

Op de valreep van 2020 staat Den Haag er economisch goed voor. Het huidige college heeft de doelstelling losgelaten om ‘De beste winkelstad van Nederland’ te worden. De hofstad heeft als stip op de horizon gezet om de economisch meest vitale winkelstad van Nederland te worden. Dat betekent dat de stad het veelzijdige en gevarieerde aanbod van kleine en grote winkels in de hoofdwinkelstructuur met 68 winkelgebieden actief blijft ondersteunen.

De doorlopende zondagsvoorstellingen in de Koninklijke Schouwburg van Hagenees Harrie Jekkers, bekend van zijn ode uit 1982 aan zijn stad, leveren hilarische beschouwingen op over wat er allemaal in zijn leven is veranderd in die mooie stad achter de duinen. Den Haag was eind jaren tachtig nog een stad met een provinciaal karakter. Op winkelgebied was er geen bal aan, en al helemaal niet in de binnenstad. Dat is vandaag wel anders. Het kernwinkelgebied bruist. Op en rond de Grote Marktstraat en Haagse Passage lijkt het of er door de week meer mensen shoppen dan in Amsterdam centrum. Als er één winkel verdwijnt, zijn de ondernemers van het Haags Retailpunt er als de kippen bij om het leegstaande pand te vullen. In het statige Marks & Spencer pand openen op korte termijn een Jumbo Foodmarkt en de tweede vestiging van Uniqlo in Nederland. En Jamie's Italian krijgt een duchtige concurrent erbij met de komst van de Duitse kwaliteitspizzeria L'Osteria naast Bleyenbergh. Wat dat betreft maak ik mij niet zo'n zorgen over het vertrek van het zielogende Hudson's Bay uit het pand van CBRE waar de huurovereenkomst voor 30 jaar was. Dat wordt in 2020 wel weer ingevuld met behoud van retail op begane grond en eerste etage.



Rupert Parker Brady
directeur Retaildenkers

In rap tempo heeft de gemeente vanuit het 'ijspaleis' sinds begin jaren negentig gebouwd aan een nieuw verhaal, zeker voor het stadsdeel centrum als visitekaartje waar een vijfde van de Hagenaren woont. Ik weet zeker dat er geen winkelstad in Nederland is waar zo consistent en vanuit een heldere visie is gebouwd aan een betere verblijfservaring met een hogere kwaliteit. Het resultaat is er naar: een multifunctionele en attractieve binnenstad dat nog altijd honger heeft om meer bezoekers van buiten te trekken die langer verblijven en meer besteden. Steeds meer Hagenaren en Hagenezen zijn trots op hun stadje. Ondanks de economische hoogconjunctuur is achterover leunen geen optie, want het broze consumentenvertrouwen schommelt en de harde Brexit maakt consumenten en ondernemers onrustig. Des te meer reden dat de stad weerbaarder wordt en het commerciële aanbod berust op een bredere economische basis, zowel in tijden van hoog- als laagconjunctuur, waardoor Den Haag winkelstad beter bestand is tegen een (eventuele) nieuwe economische neergang.

HAAGSE HELDEN

Bijna overal waar je komt in het centrum hangt er een goede vibe: er wordt geld verdiend en shoppers voelen zich voldoende op hun gemak om geld uit te geven. Dat leidt ertoe dat ondernemers en vastgoedeigenaren – met een duwtje in de rug - extra hun best doen om er ook wat van te maken. Vastgoedfamilie Stevers van de Geste Groep blaast haar icoon Haagsche Bluf nieuw leven in met een verbouwing en de komst van biefstukrestaurant Loetje, Foodhallen Den Haag en een hotel. Torsten Heeres en Raoul Farla van het kosmopolitische horeca-, vergader- en uitgaansconcept Bleyenbergh lieten zich inspireren door Rotterdam en Amsterdam toen ze twee jaar geleden in het oude Kwantum-pand het allereerste dakterras van Den Haag en in de kelder een nachtclub in het Popdistrict openden. Den Haag telt nu op uitgaansgebied meer mee voor de meer kosmopolitische doelgroepen. Haagse helden Paagman (boeken) en Nolten (schoenen en tassen) hebben de laatste jaren bewust een vestiging in het centrum geopend mede vanuit een sterke betrokkenheid bij hun stad. In de Schoolstraat (ingeklemd tussen de Grote Kerk en uitgaansgebied Grote Markt) hebben ondernemers, winkeliers en pandeigenaren de afgelopen anderhalf jaar succesvol het tij weten te keren tegen de leegstand, verloedering en het gebrek aan vertier. Zodra de historische Visbanken op het Kerkplein weer door de gemeente in oude luister zijn hersteld, start een marketingcampagne om meer passanten te trekken naar het sympathieke straatje met een onderscheidend winkelaanbod.

Er zijn ook donkere wolken die zich verzamelen rond de binnenstad, die gerekend naar het aantal internationale winkels behoort tot de tweede binnenstad van Nederland. Gespannen kijkt het stadhuis naar de metamorfose van het verouderde winkelcentrum Leidschenhage waar meer dan een half miljard euro door Unibail Rodamco Westfield in wordt gepompt. De helft van de jaarlijks 8 miljoen bezoekers waren al uit Den Haag afkomstig. Na de officiële opening eind 2020 belooft Westfield Mall of the Netherlands jaarlijks 12 tot 14 miljoen Nederlanders te trekken naar 117.000 m² overdekt shopping, horeca en leisure. Slechts een zesde van het totaal aantal detailhandel in Den Haag met 3.100 winkels in de hoofdwinkelstructuur en een leegstand van 4-5%. Echter, ondanks de ruim 7.000 parkeerplaatsen in en rond het Haags centrum wijst de Retailmonitor 2017 uit dat Hagenaren ontevreden zijn over de parkeertarieven. En dat is zorgelijk, want het winkelcentrum in Leidschendam telt maar liefst 4.000 gratis (!) parkeerplaatsen; en tram 6 stopt vanuit het centrum binnen 20 minuten voor de deur van de mall. Den Haag investeert al jaren miljoenen in de openbare ruimte zoals gevelbeeld en -onderhoud en de inrichting van de openbare ruimte met groen/blauwe elementen, (kunst)objecten en verlichting. De vraag is of deze kwaliteitsprong afdoende is om een massa-attractie in de achtertuin het hoofd te bieden. Een serieuze aanslag op de aantallen passanten en omzetten in stadsdeel centrum met 25 winkelgebieden.

AMBITIE

Meer (vernieuwende) winkels is niet het antwoord, de focus moet liggen op concepten waarbij detailhandel, horeca en binnenstedelijk toerisme kunnen worden gecombineerd. Dus meer beleving en vooral betere verblijfs- en overnachtingsmogelijkheden. Deze zomer en najaar staan op kruispunten in het kernwinkelgebied manshoge driehoeksborden waarop de vele typisch Haagse festivals worden aangekondigd. Begrijpelijk, maar vlak ook niet de behoefte uit bij bezoekers en expats aan meer cultuur en hoogwaardige leisure. Puik plan van wethouder Richard de Mos van Economische Zaken, die graag daadkrachtig besluiten neemt, om de verhuizing van het Eschermuseum in combinatie met een hotel naar de Amerikaanse ambassade alsnog mogelijk te maken. De stad kan nog wel een paar trekkers gebruiken. Het op slot draaien van het Binnenhof binnen nu en een jaar betekent een gigantische financiële aderslating. Het pal eraan gelegen gezelligste plein van Nederland drijft zowat ongeveer op het bezoek aan deze toeristische trekpleister. De Mos, die de belofte van zijn voorganger gestand wil houden dat het Haags centrum leefbaar en aantrekkelijk blijft, steggelt nu met Binnenlandse Zaken over compensatie. Een belangrijk gebaar omdat ondernemers bij Lange Poten en het Plein in het duister tasten over hoe het gemeentebestuur en Rijksvastgoedbedrijf klare wijn schenken over de overlast. Huurcontracten worden niet verlengd en juridische conflicten liggen in het verschiet. Een slechte zaak, zeker als je bedenkt dat Den Haag ernaar streeft om de meest ondernemersvriendelijke stad te worden waar ook regionale ondernemers zich thuis moeten voelen. Tussen droom en daad staan in een grote stad vaak miscommunicatie en trage besluitvormingsprocessen in de weg.

Versterking van de winkelgebieden rond het centrum blijft belangrijk wil Den Haag in deze collegeperiode de ambitie waarmaken om de economisch meest vitale winkelstad van Nederland te worden. Met als perspectief compacter worden en inzetten op minder winkelgebieden. Bij voorkeur wil Economische Zaken betere winkelgebieden met binnen een straal van één kilometer buurtverzorgend winkelaanbod om de leefkwaliteit en het woonklimaat op peil te houden voor het groeiend aantal Hagenaren en de meer dan 50.000 expats. De gemeente kiest voor thematische winkelgebieden met zoveel mogelijk clustering. Een logische aanpak die het Hofkwartier met Hoogstraat, Noordeinde en Denneweg in het noordelijk deel van de binnenstad op de kaart heeft gezet. Er is nauwelijks sprake van leegstand en vele lokale retailers hebben zich gevestigd in smalle woonstraatjes als Prinsestraat, Papestraat, Molenstraat en Noordeinde.

HARD AANPOTEN

Tegelijkertijd is er ook buiten de historische binnenstad behoefte aan vernieuwing en dynamiek in winkelgebieden die minder sexy zijn, maar waar wel de hardwerkende middenstander een boterham wil verdienen. Pak een OV-fiets en trap 15 minuten op de pedalen. Je komt dan in de wereld van de wijk- en buurtcentra waar het marketingverhaal van The Hague Royal City en de Luxury Shopping Route geen opgeld doet. Het is in deze wijken elke dag hard aanpotten om elke dag opgeruimd de deur open te doen. Het is natuurlijk ook een kwestie van gezamenlijk de schouders eronder zetten om het sociale ontmoetingspunt te blijven. Den Haag kent ook winkelgebieden in volksbuurten als Mariahoeve die in ambtelijk jargon 'prioritaire winkelgebieden' worden genoemd. In 'kampioen leegstand' winkelcentrum Leyweg is maar één aanpak mogelijk: sloeg die handel en herbesteden. Ingo ambtelijk jargon heet dat een fysieke herstructurering met de vastgoedeigenaren doorvoeren. In veel andere wijken is er nog ruimte om te inspireren en vernieuwing te stimuleren bij de voor de stad belangrijke zelfstandige ondernemers. Zodat deze retailers in kunnen spelen op de nieuwe trends en de veranderende behoefte van de consument. Een initiatief als Future Proof Retail van Haagsche Hogeschool verdient alle lof, waarbij studenten per winkelgebied kijken welke «skills» winkeliers kunnen inzetten om met de online wereld en andere verleidingen overeind te blijven én toekomstbestendig te zijn.

Het vierkoppige aanjaagteam van het Haags Retailpunt is met al haar ervaring sinds 2015 perfect voorgesorteerd om samen met Economische Zaken actief samenwerken met ondernemersverenigingen en vastgoedeigenaren aan te gaan, om de basis op orde te houden en waar nodig te versterken in winkelgebieden die het hard nodig hebben. Het belangrijkste is dat er een visie is. Het Coalitieakkoord 2018-2022 'Den Haag, stad van Kansen en Ambities' heeft uitgesproken dat het met een groeiende bevolking wil blijven inzetten op aantrekkelijke, bereikbare en veilige winkelstraten. In Den Haag wordt verhoudingsgewijs van alle grote steden het meeste geld gespenseerd aan ruimtelijke ordening en economie. De stad is ook het beste georganiseerd van de grote steden om dagelijks hard te werken aan een aantrekkelijke, leefbare, duurzame en gezonde (winkel)stad. De economische meest vitale winkelstad van Nederland is een belofte die kan worden waargemaakt.

