

Weg met de winkelstraat



FOTOREMKODE WAAL/ANP

Lokaler, levendiger, groener. Als er ooit een moment was de winkelstraat te veranderen, is het nu, analyseert *Tracy Metz*.



Tracy Metz is directeur van het John Adams Institute.

OPINIE

Retail

We zijn wel



FOTO ROBIN VAN LONKHUIJSENIANP

uitgecappuccinood

De samenleving verandert, maar de retail blijft hetzelfde. Dat moet anders. Laat de overheid voorwaarden stellen aan financiële steun, schrijft Tracy Metz.



FOTOS MVRDV

Marble Arch Hill, een tijdelijke installatie die vanaf half juli in Oxford Street in Londen staat.

En, hoe voelt het?" vroeg de Journaal-verslaggever aan de bejaarde dame die net haar vaccinatie had gekregen. „Heerlijk”, zei ze, „kan ik eindelijk weer met m'n vriendinnen koffie

fiedrinken en lekker winkelen.” Lekker winkelen, ze snakte ernaar. Ik vermoed dat het haar niet om het kopen ging - oudere mensen hebben alles al, ze kopen minder dan jonge mensen - maar om het samen door het winkelcentrum of de winkelstraat scharrelen, beetje kijken, beetje kletsen. Hè gezellig, onder de mensen zijn. Winkels zijn dan meer een decor voor een sociale activiteit, het kopen is bijzaak. Hoe zal dat 'lekker winkelen' er na de pandemie uitzien? Gaat de fun uit het funshoppen? Wat gaat de zware slag die de lockdown nu aan de retail en horeca toebrengt, betekenen voor de inrichting van steden? Spoiler alert: de shakeout die er onherroepelijk aan zit te komen, zal voor veel ondernemers en medewerkers vreselijk zijn, maar zal uiteindelijk de leefbaarheid en de aantrekkelijkheid van steden ten goede komen. De coronacrisis biedt het momentum om onze winkelstraten groener, gevarieerder en sociaal te maken - om ze meer in lijn te brengen met wat de samenleving wil. Want laten we eerlijk zijn, hoe trendy het aanbod ook mag zijn, als sector loopt de retail achter. Corona versterkt een aantal trends dat al gaande was. We kopen steeds minder kleding bijvoorbeeld, en het zijn juist de mode- en schoenenketens die de winkelstraten tot vervelens toe domineren.

Tel daarbij op de verschuiving naar online winkelen die tijdens de pandemie een enorme vlucht heeft genomen. Eind vorig jaar was de online omzet met 55 procent toegenomen en het aantal webshops meer dan verdubbeld. Het aantal winkels neemt allang geleidelijk af. De sigarenboer op de hoek, de mom-and-pop-kruidenier waar je hagelstag in een puntzakje kocht: weg. Maar nog steeds heeft Nederland héél veel winkels. Na België, waar er nog altijd relatief veel kleine ondernemers zijn, zijn we koploper in Europa - maar wel met veel van hetzelfde. Over de noodzaak van sanering van de retailsector wordt al lang gesproken, nu dwingt het virus die versnelde en met harde hand af. Dat is een kans.

En de gevolgen zijn hard. In de retail zit tien procent van de banen. Nu de niet-essentiële winkels al maanden dicht zijn leidt dat volgens Locatus, een bedrijf dat data verzamelt over winkels in de Benelux, tot 680 miljoen omzetverlies per week en 300.000 medewerkers die thuiszitten. Er komt nu wel iets van verlichting, met het winkelen op afspraak en het verruimen van het aantal bezoekers, zo-

als was voorgesteld door Locatus samen met de Raad voor de Nederlandse Detailhandel: in plaats van twee klanten per verdieping (of het nou de Ikea is of een boetiekje) is het nu één persoon per 25 vierkante meter, wel nog met een gereserveerd tijdslot. Heel toevallig werd in de berekening als casus de binnenstad van Nijmegen genomen, de stad waar voorzitter van het Veiligheidsberaad Hubert Bruls burgemeester is.

Kun je het je nog voorstellen dat in 2016 en 2017 de politie een aantal keer de Kalverstraat in Amsterdam heeft afgesloten omdat de drukte gevaarlijke vormen aannam? Al maanden loopt daar amper een derde van het normale aantal voorbijgangers. Zelfs op deze A-locatie hangen op diverse panden 'Te Huur'-borden. Dat die die als passant ziet, is geen goed teken: normaliter gaat een pand onopgemerkt van de ene huurder over op de volgende, zonder dat het aan de grote klok wordt gehangen. Je ziet nu minder leegstand dan je aan de hand van de cijfers zou verwachten - maar dat is uitstel van executie, waarschijnlijk door de steunmaatregelen van de overheid. De klap komt nog, kenners voorspellen dat vier op de tien winkels leeg zullen komen te staan. Voor zelfstandigen dreigt faillissement, de internationale ketens gaan zich in hun kernlanden terugtrekken, net zoals de banken hebben gedaan tijdens de grote financiële crisis. Hema en H&M bijvoorbeeld, zijn het aantal filialen al aan het inkrimpen. Gaat de dame na haar vaccinatie voor haar plezier naar zo'n winkelstraat? Een leegstand van één op de tien is al genoeg om de sfeer te laten omslaan.

En nu? Nu is het dus tijd voor een transformatie. Die dringt zich op, maar hoe gaat die, voorbij de huidige ellende, eruit zien? De binnensteden zullen afwisselender worden, vooral in de aanloopstraten. De winkelstraten zullen een moeilijk verhaal blijven, daarover zo meteen meer, maar de winkelge-

bieden zullen lokaler van karakter worden, groener, meer op het sociale gericht en minder op het kopen, met andere soorten winkels én andere functies. Er is al veel horeca bijgekomen op plekken waar retail was, maar die trend zit aan z'n max. Op een gegeven moment ben je wel uitgecappuccinood. Het aanbod zal verschuiven van gebruiksartikelen naar verbruik: meer bijzonder eten, meer ambacht. Het straatbeeld zal diverser worden, met meer kleinschalige werkplekken, zorg, cultuur, sociale functies. Meer mensen werken thuis of op loopafstand van de winkelgebieden. Dat is beter voor de leefbaarheid én voor de waardering van het lokale. Bovendien, heel belangrijk in een land dat zo snel mogelijk 1 miljoen woningen wil bouwen, is dit de kans om winkels in woningen om te zetten. Met een beetje geluk lukt het eindelijk om de leegstaande woningen boven winkels weer voor wonen toegankelijk te maken, iets wat bij veel gemeenten bovenaan de wenslijst staat maar haast nergens van de grond is gekomen.

Kortom, er komt meer afwisseling, meer leven. Het werd tijd, zegt Cees-Jan Pen, lector 'De ondernemende regio' aan de Fontys Hogeschool in Eindhoven. „De binnensteden zijn te lang door de retail gegijzeld. De veranderingen in de samenleving zijn aan de retailsector voorbijgegaan, die is daar heel passief in geweest.”

Als voorwaarde voor financiële steun moet de overheid eisen dat de sector de handen ineen slaat en zich inzet voor de omgeving, de wijk, de stad, niet alleen voor de eigen winkel. Dat zal niet meevallen, de middenstand staat bekend om de ieder-voor-zich-mentaliteit. De ketens krijgen allang het verwijt dat ze free riders zijn, dat wil zeggen dat ze meeliften op de inspanningen van de lokale winkeliersvereniging zonder er iets substantieels aan bij te dragen. Tot voor kort konden eigenaren van winkelpanden gewoon de huurder nemen die het hoogste bedrag wilde betalen. Nu heeft deze crisis duidelijk gemaakt dat de winkels gezamenlijk belang hebben bij een aantrekkelijke

omgeving. Gemeenten hebben weinig middelen om dat af te dwingen, maar ze kunnen wel deze nieuwe variëteit in hun binnensteden stimuleren met 'dubbelbestemmen', zodat het makkelijker wordt om wonen en bedrijvigheid te combineren. De tijd dat functies strikt van elkaar moesten worden gescheiden, is voorbij. Wij als consumenten klagen er al heel lang over dat de winkelstraten in het hele land op elkaar lijken. Van Heerlen tot Heerenveen, same old same old. Als er ooit een moment was om daar verandering in te brengen, is het nu. Maar of dat gaat lukken? De prijzen van dit vastgoed liggen ver boven die van woningen, waardoor ze niet makkelijk kunnen worden omgekat. Veel winkelpanden zijn van eigenaren - beleggers, pensioenfondsen - die de huren niet kunnen of willen verlagen. Juist omdat retailvastgoed in de vorige crisis als een veilige belegging werd gezien, hebben sommige fondsen hun investering hiervoor geoormd, en nu zitten ze dus vast.

Hoe het anders kan, zien we in het buitenland. In de Portugese stad Porto zag ik een in onbruik geraakt winkelcentrum dat in gebruik was gegeven aan lokale muziekbands. Er wordt nu niets verkocht, wel van alles gemaakt: muziek, maar ook een levendige sociale omgeving.

In de VS staan heel veel winkelcentra, zogeheten dead malls, waar iets mee kan en ook wel mee moet. Een oud kantoor en distributiecentrum van Sears in Memphis bijvoorbeeld, een knoeperveld van 140.000 m², bevat nu theaters, kantoren, gezondheidszorg, een YMCA, een dependance van een universiteit, een middelbare school, restaurants en 265 appartementen. Amazon gaat dead malls ombouwen tot fulfillment centers, een evident goed idee nadat wijkbewoners in het New Yorkse Queens de nieuwbouwplannen van de wijk wisten tegen te houden. Het met afstand wildste plan is van het Nederlandse architectenbureau MVRDV, dat voor de beroemde winkelstraat Oxford Street in Londen een nieuwe attractie heeft ontworpen. Dat is Marble Arch Hill, een tijdelijke installatie die vanaf half juli mensen alvast naar dit gebied moet trekken. Het is een begroeide heuvel bovenop een steigerconstructie, waar je omhoog kunt lopen en van het uitzicht op Marble Arch, Hyde Park en natuurlijk de winkels kunt genieten.

In onze winkelstraten en -gebieden komen veel vraagstukken van deze tijd samen. Allereerst het leed dat corona veroorzaakt, maar daarna: vergroening, woningnood, duurzaamheid, de stad als handels- en ontmoetingsplaats; het is een breed maatschappelijk debat dat nu met de hitte van de pandemie in de nek wordt gevoerd, op straat én op die 25 m² in de winkel.

In Porto is een in onbruik geraakt winkelcentrum aan lokale muziekbands gegeven