
HANDREIKING: VERANDERENDE CENTRUMGEBIEDEN

Een nieuwe toekomst voor binnensteden

13-07-2021

RHO ADVISEURS



INHOUD

1. Monopolie winkels is voorbij	3
2. Realisme over veranderingen (1)	4
3. Realisme over veranderingen (2)	5
4. Versnelling door Corona	6
5. Dienstenrichtlijn dwingt tot anders denken	7
6. Conclusies	8
7. Hoe nu verder?	10
• Programma	11
• Ontwerp	12
• Ruimtelijk ordenen	13
• Ontwikkelen	14



MONOPOLIE WINKELS IS VOORBIJ

Van monofunctionele winkelmachines naar plekken om te wonen, recreëren, werken en te verblijven.

Places to buy -> Place to be



REALISME OVER VERANDERINGEN (1)

Iedere stad heeft zijn eigen problematiek, maar inmiddels is wel duidelijk dat veranderingen blijvend zijn.

- Het aantal winkels daalt al jaren.
- De druk is het grootst in de branchegroep mode & luxe en in middelgrote steden.
- Vrijkomende winkelruimten worden ingevuld met food & horeca.
- Filialisering neemt steeds verder toe; niet alleen in de detailhandel maar ook in sectoren als horeca en dienstverlening.
- Blurring: mengvormen van detailhandel/ horeca/ diensten en online/offline strategie (totale beleving).



REALISME OVER VERANDERINGEN (2)

- Winkelgedrag is blijvend veranderd -
van: naar het centrum om te kopen (+evt. wat drinken)
naar: naar het centrum om te recreëren (+evt. ook wat te kopen).
- Dalende huurprijzen maken alternatieve invullingen economisch mogelijk en interessant.
- Wonen in centrumgebieden weer geliefd, maar woningbouw is lang niet overal het wondermiddel:
 - Vastgoed niet altijd goed transformeerbaar
 - Beperkte vraag: niet iedereen wil in de binnenstad wonen
 - In veel gevallen onrendabele top bij transformatie (daarom fonds van € 100 miljoen om onrendabele top transformatie te financieren)
- Woonkwaliteit en leefbaarheid in binnensteden blijven uitdagend.



VERSNELLING DOOR CORONA

Corona is geen gamechanger, maar een versneller van lopende ontwikkelingen.

DETAILHANDEL:

- Online heeft een vlucht genomen
- Vooral grote daling omzet mode en luxe artikelen
- Verwachting is dat een (groot) deel online blijft
- Wijk/buurtcentra – supermarkten, speciaalzaken en drogisten- stijgers

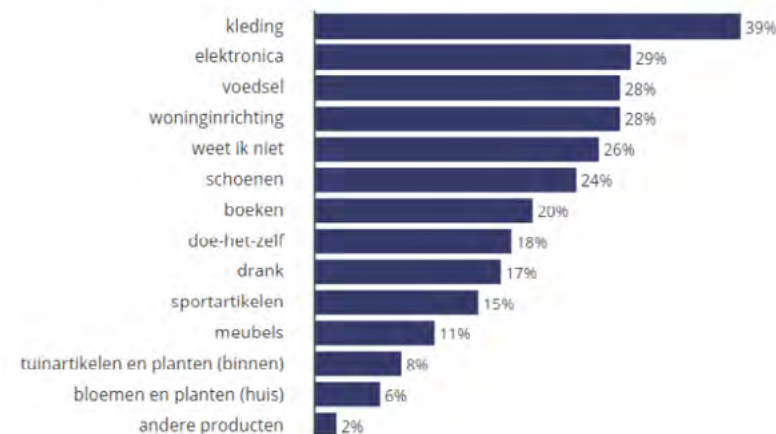
HORECA:

- Omzet terug op niveau 2010
- Dranken en hotels de grootste dalers
- Sterke verschuiving naar fastservice – bezorgen en afhalen zal voor een deel blijven

Verwachte omzetontwikkeling sector horeca



Welk soort producten verwacht u - na de coronacrisis - meer online te gaan kopen dan u vóór de coronacrisis deed? (% van Nederlanders die denken in de toekomst vaker online te kopen)



DIENSTENRICHTLIJN DWINGT TOT ANDERS DENKEN

Met de Dienstenrichtlijn in het achterhoofd moeten we anders nadenken over ruimtelijke ordening.

- Beter nadenken over vestigingsbeperkingen
- Doel: een goed functionerend en vitaal centrum
 - Voorkomen leegstand
 - Ruimtelijke effecten
- Ruimtelijke motivering is essentieel
- Niet alles kan meer



HANDREIKING

**DIENSTENRICHTLIJN
EN RUIMTELIJKE ORDENING**

CONCLUSIES

CENTRUMGEBIEDEN ZULLEN BLIJVEND VERANDEREN

DETAILHANDEL

- Aantal winkels en hoeveelheid winkelmeters zal dalen
- Structurele daling in middelgrote steden sinds 2010: 20 tot 40%
- Vooral daling in mode & luxe artikelen, maar ook vrije tijd en in en om het huis
- Wijk- en buurtcentra houden stand
- Groei ready-to-eat detailhandel/horeca in centrumgebieden zet door

HORECA

- Zal (deels) snel herstellen na corona
- Steeds meer mengvormen van horeca, detailhandel en diensten

REGULERING DETAILHANDEL/HORECA

- Onderscheid in branches detailhandel/soorten horeca, maar ook tussen detailhandel/horeca/andere consumentgerichte diensten minder goed mogelijk
- Alleen op basis van echt ruimtelijke argumenten (hinder, schaal, verkeer en parkeren)
- Anders denken nodig voor omgevingsplannen (dienstenzones)



WIJ

WIL

LEN

GEEN

LEEG

STAND

TE HUUR

0512
52 22 65

HOE NU VERDER?

Rho adviseert een integrale aanpak op vier disciplines:

1. Programma
2. Ontwerp
3. R.O.
4. Vastgoed

**CHANGE IS HARD AT FIRST,
MESSY IN THE MIDDLE
AND GORGEOUS AT THE END**

Robin Sharma

PROGRAMMA

Kies met alle betrokkenen voor een duidelijk profiel, dat realistisch is, maar ook voldoende uitdagend.

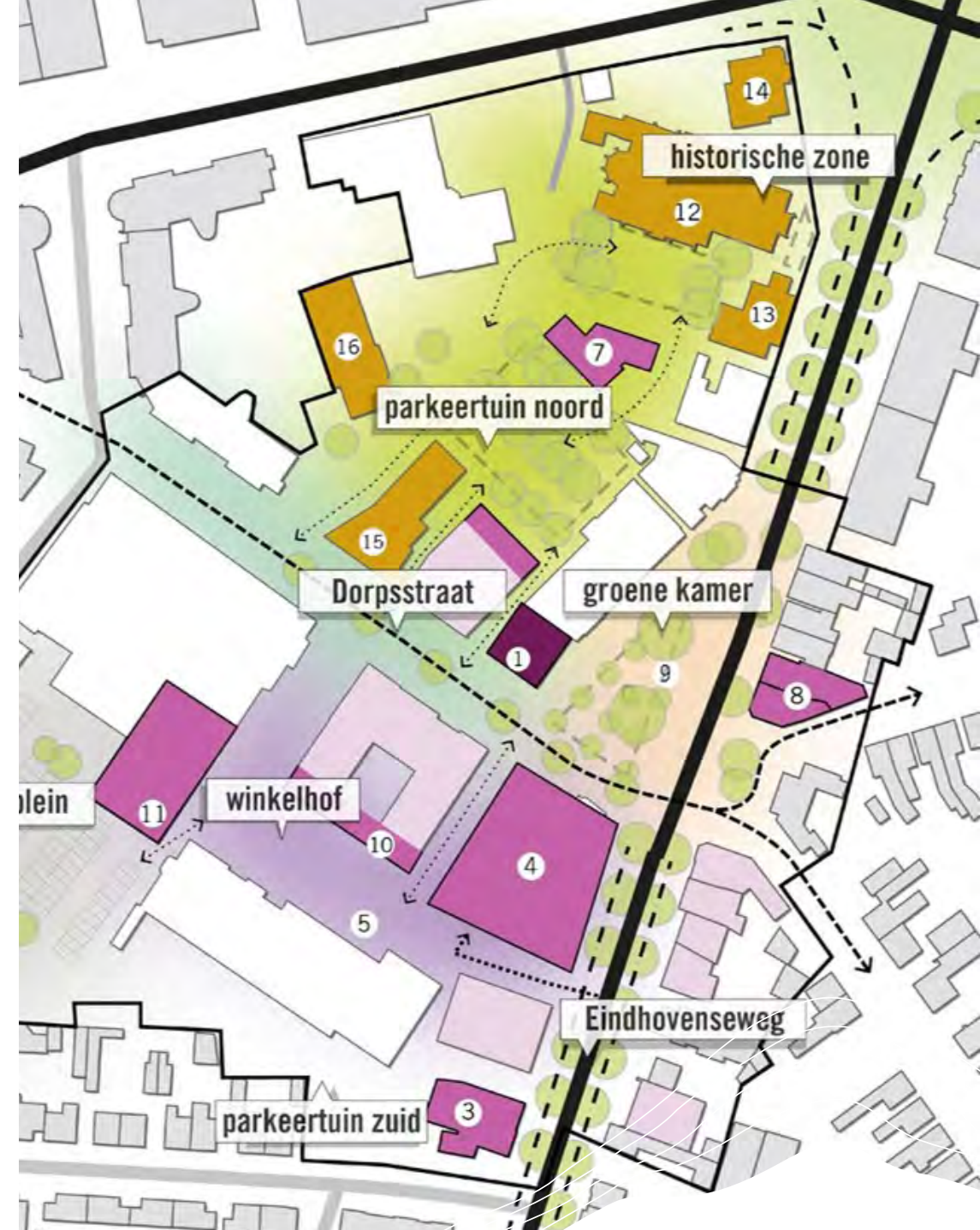
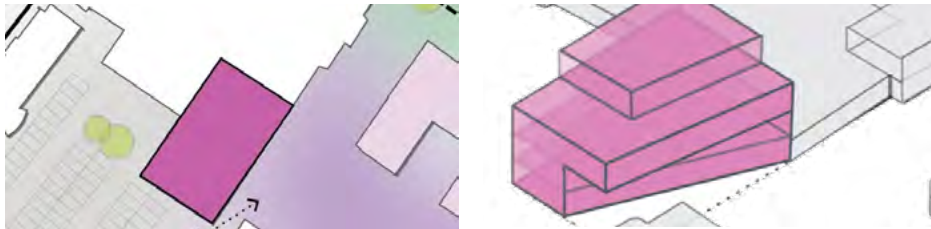
1. Maak het aanbod + historische ontwikkeling inzichtelijk
2. Kies een sterke/duidelijke (onderscheidende) positionering
3. Bepaal welk programma nog reëel is o.b.v. trends en ontwikkelingen (niet alleen winkelen, maar ook horeca, bedrijven, wonen, overig)
4. Werk dit uit naar herkenbare deelgebieden
5. Stel een promotie & acquisitieplan op naar functie/branche en formule
6. Maak hiervoor gebruik van de verschillende Provinciale subsidieregelingen



ONTWERP

Stimuleer vanuit het ontwerp gebiedsgerichte ontwikkelingen.

1. Ontwerp voor nieuwe dynamiek: placemaking
2. Breng sterkten/zwaktes van huidige structuur in beeld
3. Herijking voor gewenste structuur:
 - Wat zijn essentiële locaties
 - Welke gebieden staan onder druk?
 - Wat heeft meerwaarde voor functies retail/wonen/overig?
4. Geef deelgebieden het juiste profiel en daarbij behorende inrichting van de openbare ruimte:
 - Zorg voor herkenbaarheid
 - Gebiedsgericht ontwikkelen = uitnodigen. Bepaal spelregels voor ontwikkelingen.



RUIMTELIJK ORDENEN

Veranker programma en ontwerp in ruimtelijke kaders.

1. Inventariseer huidige Plancapaciteit
2. Creëer ‘voorzienbaarheid’ voor vastgoedeigenaren door een visie op de toekomst van het centrum met daarin:
 - a. Voorkomen ongewenste ontwikkelingen (“de stok”)
 - b. Stimuleren gewenste ontwikkelingen (“de wortel”)
 - c. Flexibiliteit voor ondernemers waar het kan
3. Benut de kansen uit de Omgevingswet voor een toekomstgerichte regeling:
 - a. Saneren plancapaciteit detailhandel op ongewenste locaties
 - b. Bieden verruimde mogelijkheden voor transformatie naar wonen
 - c. Brede mogelijkheden diensten in centrumgebied



Handreiking
Saneren plancapaciteit



Retailagenda

oktober 2019

ONTWIKKELEN

Samenwerking met marktpartijen door gebouwgericht ontwikkelingen te stimuleren.

1. Stel prioriteiten: investeer op cruciale plekken
2. Schep kaders voor transformatie
3. Maak gebruik van nieuwe subsidieregeling EZK
- €100 mln. voor onrendabele top transformatie



RHO ADVISEURS

WWW.RHO.NL

