1995

2015

2035

2035: WHAT'S IN STORE?

"DE BINNENSTAD IN 1995 - 2015 - 2035"

platform binnenstadsmanagement 20 1995-2015 jaar

40 JAAR ssm Retail Platform

PAST
PRESENT
FUTURE

INHOUDSOPGAVE

Voorwoord 05

1. Inleiding 07

2. Flashback 1975 10

Intermezzo: Sturen op ruimtelijk-economische ontwikkelingen, verleden en toekomst 14

3. Drijvende krachten 1995 gewogen 16

Intermezzo: samenwerking bij binnenstedelijke ontwikkeling 1995 - 2015 26

4. De binnenstad in 1995 vanuit het blikveld 2015 30

Intermezzo: De periode 1995 - 2015 vanuit vastgoedoptiek 34

5. Hier en nu 38

6. Drijvende krachten binnenstad 2015 53

7. De binnenstad in 2035 70

8. Colofon 80

VOORWOORD

SSM Retail Platform vertegenwoordigt de retail(vastgoed)sector, Platform Binnenstadsmanagement representeert de binnenstedelijke samenwerkingsverbanden tussen overheid, exploitanten en vastgoed. SSM Retail Platform bestaat 40 jaar, Platform Binnenstadsmanagement is 20 jaar geleden opgericht en we organiseren sinds 5 jaar een gezamenlijk jaarcongres. Met recht een reden om iets bijzonders te doen. Vanuit dit gegeven vonden wij dat het congres hand in hand moest gaan met iets tastbaars: een publicatie. Natuurlijk geheel in de stijl van deze tijd: digitaal raadpleegbaar. Ook het onderwerp ligt voor de hand: de binnenstad.

In deze uitgave kijken wij terug naar 1975, staan stil bij het heden en zien vooruit naar 2035. We blikken natuurlijk terug op het vooruitzien van toen. Daar is veel van te leren én over te relativeren. Wat opvalt, is dat het tijdsbeeld van een bepaalde periode sterk bepalend is voor de binnenstedelijke ontwikkeling. Bijzondere gebeurtenissen, en met name de economische ontwikkeling (crisis of geen crisis), beïnvloeden de positie van de binnenstad in de betreffende periode. Het gaat dan met name om consumentengedrag, de rol van de overheid, de investeringsbereidheid en het vertrouwen vanuit de markt.

Dit boek geeft een uniek beeld van 40 jaar binnenstad, met daarin onder meer een voorspelling uit 1995 voor het jaar 2015. Voorspellingen kunnen bij benadering kloppen, maar ook de plank volledig misslaan. Maar, zonder voorspellingen is er geen discussie over de koers. Een discussie over de koers van de binnenstad, in een tijd waarin de dynamiek groter is dan ooit. Deze gedachtewisseling voeden wij graag met de onderhavige uitgave en het jubileumcongres op 7 oktober 2015.

Wij kijken ook terug op vijf jaar vruchtbare samenwerking, als het gaat om het overbrengen van de boodschap over de binnenstad als vitale ontmoetingsplaats.

Wij wensen u veel leesplezier.

Jan Kamp
Voorzitter SSM Retail Platform

Felix Wigman
Voorzitter Platform Binnenstadsmanagement

1. INLEIDING

In 1995 organiseerde Stichting Studiecentrum Marktontwikkeling (SSM) bij haar 20-jarige bestaan een congres waarin een beeld werd geschetst van de binnenstad in de toekomst. De blik richtte zich op het jaar 2015. Bij deze gelegenheid werd ook de publicatie "20 jaar SSM: De Binnenstad in 1975 - 1995 - 2015" gepresenteerd. Hierin werd teruggekeken naar de trends in het jaar 1975. Deze trends zijn geanalyseerd en daadwerkelijk gemeten in 1995. Gedachte was om eenzelfde analyse en meting te doen in 2015, uitgaande van de trends in 1995. Wat zijn de elementen die het huidig functioneren van onze binnensteden bepalen en in hoeverre zullen die van invloed zijn op het functioneren van de binnenstad in 2015?, luidde de vraag in 1995. En in hoeverre kunnen we leren van de afgelopen 20 jaar?

Een voorbeeld. In 1995 bestond een brede maatschappelijke discussie ten aanzien van de zondagopenstelling van winkels in binnensteden. Er werd voorspeld dat deze discussie in 2015 beslecht zou zijn. Verwacht werd dat alle binnensteden in 2015 iedere zondag open zouden zijn. Anno nu zien we dat dit proces niet van een leien dakje is gegaan. In veel centrumgebieden mogen de winkels inderdaad op zondag open, maar in sommige plaatsen is dat moeilijk of (nog) niet tot stand gekomen. Als we de trend mogen geloven zijn dit de laatsten der Mohikanen. Mede onder druk van het 24/7-internet, zullen de winkels in alle binnensteden in 2035 naar verwachting toch echt iedere zondag open zijn.

We trekken dezelfde lijn door. We kijken terug op de tijdsgewrichten 1995 en 2015 en zien vooruit naar 2035. Met de centrale vraag: wat kunnen de ontwikkelingen van de afgelopen 20 jaar ons leren over de komende 20 jaar? Ook deze publicatie begint met een terugblik op de trends in 1995. En hoe deze zich hebben vertaald naar de binnenstedelijke ontwikkelingen in 2015. Waarbij we ons de vraag stellen: wat hebben we goed gezien? Maar ook: waar zat ons blikveld in 1995 helemaal mis? We kijken vooruit. Wat zien we anno 2015 om ons heen gebeuren? Op maatschappelijk gebied? Op het gebied van technologie, vastgoed en retail? En wat gaan deze huidige ontwikkelingen naar verwachting betekenen voor de nabije toekomst ten aanzien van het functioneren van onze binnensteden?

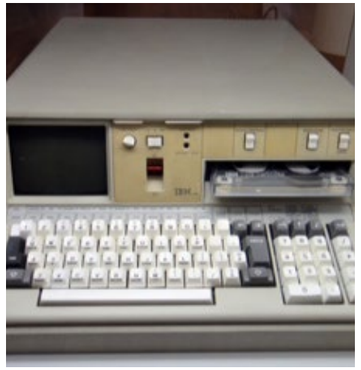
Een blik op de binnenstad in 2035, vanuit het venster 2015. Lerend vanuit het verleden.

Supermarkten en The Sting Ede, KOMENDE ZONDAG OPEN

EDE - Een behoorlijk aantal winkels in Ede is komende zondag geopend. Vooral supermarkten en bouwmarkten maken gebruik van de mogelijkheid die donderdag door de gemeenteraad van Ede werd verleend. De winkels in de plaats Ede mogen als gevolg van dat besluit per direct open op zondag.

Trouw, 10 juli 2015

Zondagopenstelling van winkels in binnensteden



Markthal Rotterdam

2. FLASHBACK 1975

Toch nog even, omdat het zo leuk is, terug naar 1975. De periode waarin veel van de huidige decisionmakers in politiek, retail en vastgoed, zeg de 45-plussers zoals premier Rutte, de luiers ontgroeid zijn en de schoolbanken opzoeken. De tijd waarin generatie X droomt van carrières als astronaut of glamourrocker. En waarin carrières als corporatiedirecteur of centrummanager toekomstmuziek zijn. De kenmerken van deze tijd bepalen ongetwijfeld hun doen en laten. De publicatie "De binnenstad in 1975 - 1995 - 2015" schetst het tijdsbeeld. Zie voor publicatie uit 1995: ***www.ssmretailplatform.com***

JONG NEDERLAND

Nederland is letterlijk en figuurlijk jong: 1 op de 3 inwoners is jonger dan 19 jaar. Slechts een vijfde van onze bevolking is ouder dan 55 jaar. De Tweede Wereldoorlog is slechts 30 jaar geleden en zit nog volop in de geest van de ouders en grootouders. Welvaartsgroei wordt door deze naoorlogse generatie volop geoogst. Autobezit, buitenlandse vakanties, een eigen telefoon en voor de echt rijken - of gelukkige winnaars van Eén van de Acht - de kleuren-tv, waarop in het zuiden van Nederland, naast twee Nederlandse, ook Belgische en Duitse zenders bekeken kunnen worden. Grenzen liggen open. Mét paspoortcontrole. De groep Teach Inn wint het Eurovisie Songfestival met het liedje: Ding-a-dong. Op 2 december 1975 kapen zeven Zuid-Molukse jongeren bij het Drentse dorp Wijster een trein met zestig passagiers. De gijzeling duurt twee weken en er vallen drie doden.

GRENZEN AAN GROEI

In 1975 is duidelijk dat er grenzen zijn aan de groei. De Club van Rome schetst een gitzwart toekomstbeeld. De consument en politiek realiseren zich dat, mede als gevolg van de milieuproblematiek, de economische bomen niet tot in de hemel groeien. Nixon is een jaar daarvoor als gevolg van de Watergate-affaire afgetreden. Gerald Ford is president van de Verenigde Staten. De eerste president die niet door zijn burgers gekozen is. Onder zijn bewind trekken de Verenigde Staten zich terug uit Vietnam.

In Wenen worden de deelnemers aan een OPEC-conferentie, onder wie elf ministers van OPEC-landen, gegijzeld door Palestijnse terroristen.

Generatie X (geboren in de periode 1955 -1970) is de verloren generatie of generatie nix. Ondanks een economische crisis in hun jeugd protesteerden ze niet. Dit is een zelfstandige generatie met een no-nonsense mentaliteit, praktisch, zelfredzaam, relativerend.

'Greed is good' (Gordon Gekko in de film Wall Street) was een veel gehoord motto in de late jaren tachtig. De generatie is echter divers en experimenteerde met samenlevingsvormen (latten). Vrouwelijk leiderschap kwam op, met nadruk op de balans tussen werk en privé. Nu bezet deze generatie veelal topposities.

Uit: Veranderingen in relatie- en gezinsvorming van Generatie X naar Y. Demografische profielen van 30-jarigen naar geslacht en opleidingsniveau.

CBS, 2014

De eerste computers doen hun intrede, maar staan ver af van het dagelijks denken en doen. De net-twintigers en computerfanaten Bill Gates en Paul Allen richten Microsoft op. Nederland beleeft een zeer warme zomer. Sinds 1948 is het in Nederland niet meer zó lang achtereen zó warm geweest. Het land kampt met een groeiende werkeloosheid. Veel bedrijven moeten de deuren sluiten. Surinamers verlaten massaal hun land en komen naar Nederland. Met alle problemen van dien.

Reclame en marketing staan in de kinderschoenen. Wel zijn er trends, of liever rages, zoals de vlaflip, het King Cornbrood, de Roots schoenen en de Palomino kledinglijn van C&A. Ook moderne winkelcentra aan de rand van bestaande binnensteden doen hun intrede. Winkelcentrum Hoog Catharijne in Utrecht opent in het jaar 1973 en is dan het grootste overdekte winkelcentrum van Europa. Kantoren- en winkelcentrum Babylon in Den Haag staat in de steigers. Het concept bestaat uit overdekt winkelen, gestapeld parkeren, horeca-terras met palmbomen en bioscoop annex congresruimte met echt gemakkelijke stoelen. Het is duidelijk: jongeren vormen de toekomst. De toekomst is jong. Zie ook: ***https://www.youtube.com/watch?v=NkhSKUjFJTc***

WEDEROPBOUWWIJKEN

In 1975 zijn de wijken uit de wederopbouwperiode tot wasdom gekomen. Deze wijken stammen uit de jaren 60, de tijd van socialistisch optimisme met een maakbare samenleving. Sociale geografie en demografie zijn nog echte wetenschappen. Le Corbusier is de architectonische held. Christaller bepaalt de distributiestructuur van de winkelvoorzieningen en alle nieuwe wijken zijn zelfvoorzienend. Op maximaal 400 meter van de voordeur van elk huishouden moeten de dagelijkse boodschappen gedaan kunnen worden; de zogenaamde kinderwagenafstand. Dat leidt tot winkelstrips met winkels voor de dagelijkse boodschappen (soms zelfs met een supermarkt van wel 250 m²), een drogist en een bloemenwinkel. Aan de top van de hiërarchie staan de nieuwe stads- en stadsdeelcentra om écht te winkelen.

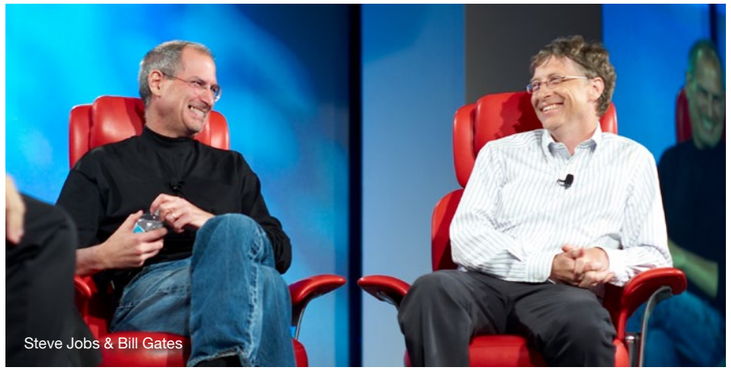
GROEIKERNEN EN GROEISTEDEN

1975 valt in de tijd van ontwikkeling van groeikernen en groeisteden. In deze periode berekenen we met behulp van distributieplanologisch onderzoek elke vierkante meter winkelvloer. Nieuwe strak geplande winkelcentra zijn daar het gevolg van. De nieuwe stadscentra van Houten, Nieuwegein en Almere, en stadsdeelcentra als Leidsenhage in Leidschendam en Woensel in Eindhoven zijn de lokale toppers van de winkelhiërarchie. De snelle en strak geplande uitbreiding van moderne winkelvoorzieningen, die goed bereikbaar en functioneel zijn, heeft gevolgen voor de populariteit van de oorspronkelijke centrumgebieden. Door het toenemend autobezit wordt het winkelbezoek steeds meer bepaald door de autoafstand en parkeergelegenheid.

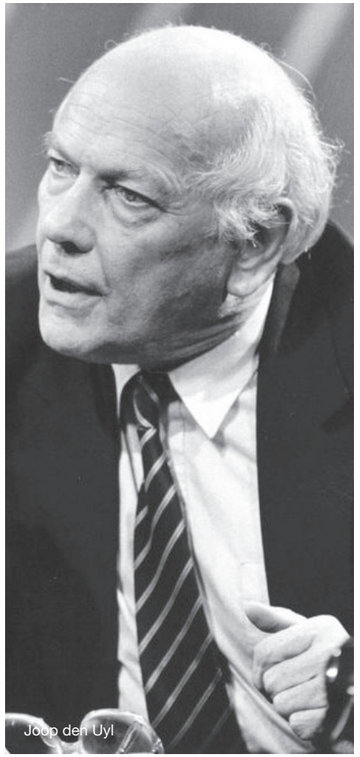
DE BINNENSTAD IN 1975

En de bestaande binnenstad? Die kenmerkt zich door gebrek aan aandacht van beleidsmakers, politiek en retail. Als er al een toekomst is voor winkels, dan ligt die niet in de oude binnensteden. Herstructurering is synoniem voor wederopbouw en is iets uit het verleden; niet voor de toekomst. Oude winkeliconen zoals de Kalverstraat en de Lijnbaan zijn voer voor buitenlandse investeerders en speculanten. Met goedkope koopwaar, meer van hetzelfde en met nauwelijks investeringen in gevel en uitstraling. Chique winkels vertrekken of sluiten.

Teach Inn


Steve Jobs & Bill Gates

Treingijzeling, Wijster 1975


Joop den Uyl

Lijnbaan Rotterdam: het wederopbouw gevoel terugbrengen

De differentiatie in het winkelaanbod maakte plaats voor meer van hetzelfde en dan vooral voor jongeren. 'Als je het vergelijkt met vijftig jaar geleden, is de Lijnbaan saai en eenvormig geworden. De winkels zijn nauwelijks meer onderscheidend en het aanbod is eenzijdig', stelt Maria Heiden, die in de roemruchte 'pocketkelder' van Donner heeft gewerkt. 'De vroegere verfijning, het groen, de variatie in winkels en in de vormgeving van die winkels is weg. Dat is jammer.' Steeds waren er plannen voor aanpassing en herinrichting, soms werden ze uitgevoerd.

De verleiding is groot geweest om de Lijnbaan te overdekken, maar het kwam er niet van. 'Ik wil zelf wel het recht behouden nat te worden', schreef indertijd de voorzitter van de Vereniging Winkelpromenade Lijnbaan. Er zijn zelfs stemmen opgegaan (binnen Leefbaar Rotterdam) om de Lijnbaan af te breken. Dat kan niet meer, want in 2010 kreeg het gebied de status van rijksmonument. De kille rolluiken die kwamen, zijn weer verdwenen. Er wordt gewerkt aan 'een nieuwe toekomst' voor de Lijnbaan. De uitstraling van de jaren vijftig en zestig herstellen, is het idee. Een Rotterdamse ontwikkelaar: 'Het wederopbouwgevoel, dat kun je hier terugbrengen.'

N.a.v. 60 Jaar Lijnbaan. Het hart van de Rotterdamse wederopbouw,
Astrid Aarsen e.a. Uitg. Architectuurzaken, Rotterdam 2013.

Auteur: Reina Wiskerke

INTERMEZZO: STUREN OP RUIMTELIJK-ECONOMISCHE ONTWIKKELINGEN, VERLEDEN EN TOEKOMST

Vanuit de historie van de wederopbouw heeft de overheid decennia lang gestuurd op het faciliteren van de toenemende vraag naar meer woningen en voorzieningen. Wegwerken van tekorten was het kernbegrip. Tegelijkertijd heerste de angst voor de ongebreidelde suburbanisatie, zoals we die uit de Verenigde Staten kennen. Groeisteden en Vinexlocaties stuurden de woningbouw. Nieuw aangelegde recreatiegebieden moesten de druk op bossen reguleren. En in de detailhandel was de vrees voor schaalvergroting, die zou leiden tot verschraling van het aanbod, sturend in het beleid. Kantoren en bedrijven werden gestuurd via het "ABC-beleid", waarbij bereikbaarheid met het openbaar vervoer en beperken van de parkeercapaciteit de mensen uit de auto zou dwingen.

Van "wederopbouwtekortenwegwerken" is het beleid meer en meer verschoven naar het sturen via schaarste. Door als overheid niet te veel ruimte aan te bieden, deed in de markt iedereen zijn best om op de locaties waar wel mogelijkheden waren, kansen optimaal te benutten. In de jaren negentig is de overheidssturing verschoven van functionele beleidsdoelen naar grond- en vastgoedexploitatie. Dat bood ook extra mogelijkheden om kwalitatieve doelen ten aanzien van openbare ruimte en (maatschappelijk) vastgoed, zoals sociale-woningbouw, financieel haalbaar te maken. Op papier staan nog steeds de functionele doelen. Maar die zijn verworden tot "gewenst te realiseren programma" als bouwrecht voor een financieel interessante vastgoedinvestering, het speelveld van de projectontwikkeling. Het verwerven van potentieel warme grondposities werd daarmee een belangrijk sturingsinstrument voor marktpartijen.

Het "gevecht" om programmarechten voor locaties vond niet alleen binnen gemeenten plaats, maar ook tussen gemeenten. Sturen op lucratieve projecten met een hoge vastgoedwaarde, waarmee je je als gemeente kon onderscheiden en tegelijkertijd ook de financiering van een aantal openbare projecten en belangen kon borgen. Vastgoedwaardecreatie was het toverwoord voor moderne ruimtelijke ordening. Met aantrekkelijke winstmarges. Waardoor gemeenten de verleiding niet konden weerstaan ook zelf actief grondposities in te gaan nemen. Je was een dief van je eigen portemonnee als je daar niet aan meedeed. In de stedelijke centra was het vanuit vastgoedwaarde interessant om ook aan de rand van het centrale winkelgebied detailhandelsprojecten te realiseren. In veel dorpen is het gebruikt om een gewenste schaalsprong te kunnen maken.

De nieuwe Wet Ruimtelijke Ordening (Wro) van 2008, met de introductie van de Grex, instrumentaliseerde deze drang naar nieuwbouw. Primair om op enkele uitwassen van deze praktijk, zoals de zogenaamde "freeriders", grip te krijgen. Maar voordat de wet feitelijk in werking trad, sloeg de crisis toe die het fundament onder de vastgoedwaardecreatie stevig aantastte. Parallel aan het lokale succes van Vinex en vastgoedwaardecreatie bleven infrastructurele ontwikkelingen van weg en spoor achter. Ellenlange procedures en opeenstapeling van belangen leidden tot structurele vertragingen. De nieuwe Omgevingswet die naar verwachting in 2018 van kracht wordt, moet dit vereenvoudigen en versnellen. De economische crisis bood het Rijk de mogelijkheid om, anticiperend op de nieuwe wet, de Crisis- en Herstelwet in te voeren. Met deze wet kunnen procedures vereenvoudigd worden om zo uitvoering te versnellen en de bouwsector te stimuleren. Voor ontwikkelingen in centrumgebieden zijn daardoor mogelijkheden ontstaan om anders om te gaan met milieuaspecten. In het verlengde hiervan is ook de Wabo aangepast, om meer flexibiliteit te bieden in het anders gebruiken van leegstaand vastgoed.

De zorg om leegstand heeft ook geleid tot de "Ladder voor Duurzame Verstedelijking" die aan nieuwe stedelijke ontwikkelingen de eis oplegt om eerst aan te tonen dat er functioneel voldoende behoefte is en dat vervolgens eerst gebruik moet worden gemaakt van bestaand stedelijk gebied alvorens nog nieuw stedelijk gebied kan worden aangesneden. De komende decennia zullen twee sporen van groot belang worden voor de sturing van de overheid op functioneel-ruimtelijke ontwikkelingen. Het eerste, voorspelbare spoor is de stagnatie in de bevolkingsgroei die in grote delen van Nederland zal leiden tot een krimp van de lokale bevolking. Dat heeft één-op-één gevolgen voor wonen, commerciële en niet-commerciële voorzieningen en recreatie. Niet alleen in de traditionele krimpgebieden aan de randen van Nederland, maar ook in veel woongemeenten met een duurdere woningvoorraad en een vergrijzende bevolking. Ook in de Randstad. De demografische transitie zal lokaal sterk gaan verschillen. En daarmee het draagvlak voor veel voorzieningen en dus de rol en betekenis van lokale centra. Een tweede, veel minder voorspelbare ontwikkeling is de steeds groter wordende dynamiek in economische ontwikkelingen en innovaties. Hierdoor kunnen bestaande economische processen snel in aanzienlijke mate muteren. Kijk naar de opkomst van het internetwinkelen, maar ook naar die van Uber en Airbnb. Deze ontwikkelingen zullen naar verwachting leiden tot een anders omgaan met centrumgebieden en zijn veel meer gericht op het kunnen bieden van flexibiliteit en keuzeruimte voor initiatiefnemers. De traditionele overheidssturing vanuit schaarste zal niet meer werken, omdat door snelle functieontwikkelingen steeds weer "overschot" aan ruimte zal ontstaan. Geen programmatisch te berekenen overschot (zoals in de woningmarkt), maar in korte tijd vrijkomende ruimtes als gevolg van een snelle omslag bij een specifieke functie. Waar ook vanuit andere transities wisselend en onvoorspelbaar op zal worden gereageerd. Het omgevingsinstrumentarium, dat nu nog steeds een sterk functioneel gerichte insteek kent, zal daardoor moeten veranderen naar sturen op de essentiële omgevingskwaliteiten (los van functies). Op ruimtelijke concurrentie zal niet meer worden gestuurd vanuit schaarste, maar vanuit meerwaarde. Van toetsend beleid en instrumentarium naar een stimulerend, verleidend beleidskader en instrumentarium.

3. DRIJVENDE KRACHTEN 1995 GEWOGEN

In de jubileumuitgave van 20 jaar geleden lezen we terug wat Nederland en de rest van de wereld in 1995 bezighoudt. Met de huidige kennis en natuurlijk de beschikbaarheid van het internet, kunnen we destilleren welke ontwikkelingen van destijds het heden bepalen.

Windows 95, de thuiscomputer, luchtvaartprijsvechters, schuldbesef ten aanzien van Srebrenica, webshops, Hillary Clinton; ze deden in 1995 hun intrede. Destijds zagen we deze ontwikkelingen niet aankomen. Maar wat hebben we wel gezien? En wat heeft dat betekend voor onze binnensteden?

WE LEZEN EN KIJKEN TERUG

Het is 1995. De VVD en de PvdA hebben na 40 jaar het CDA eindelijk uit de regering kunnen houden. Onder leiding van de berekenende sociaaldemocraat Wim Kok vormen zij samen met D'66 en GroenLinks het eerste paarse kabinet. Bill Clinton maakt zich op voor een tweede termijn als president. In de zomer van 1995 begint Monica Lewinsky met haar stage op het Witte Huis. De Koude Oorlog is dan al 6 jaar voorbij. De Sovjet Unie is opgeheven en binnen Rusland woedt een strijd tussen oude communisten. Niet meer over ideologie, maar over wie de meeste bedrijven en (staats)aandelen kan verwerven.

De winter van 1995 is de natste aller tijden. In het voorjaar worden in verband met overstromingsgevaar van de grote rivieren 250.000 mensen uit het Nederlandse rivierengebied geëvacueerd. Het aantal buitenlandse vakanties ligt 5% lager dan normaal. Dat heeft alles te maken met de mooie zomer. Frankrijk is het meest bezochte vakantieland, gevolgd door Spanje, Oostenrijk en Duitsland. Veel Nederlanders doen echter mee aan een boycot tegen Frankrijk. Dit uit protest tegen de Franse kernproeven in Mururoa. Vooral de afzet van de Beaujolais Primeur ondervindt hier nadeel van. EasyJet wordt opgericht door de 28-jarige Stelios Haji-Ioannou. In 1995 worden 30.000 passagiers vervoerd. Door het winnen van het nationale kampioenschap en de Super Cup, de UEFA Champions League en tenslotte de Wereldbeker wordt Ajax door de talentvolle selectie van trainer Louis van Gaal weer op het hoogste voetbalniveau getild. Nederland doet voor de eerste keer niet mee aan het songfestival. Dit door het slechte resultaat van Willeke Alberti in de voorronden. Paul de Leeuw verzorgt het Nederlandse commentaar en zorgt voor commotie tijdens de uitzending door een verbale tirade gericht op Israël.

Op 4 november wordt premier Rabin in het centrum van Tel Aviv door een Joodse extremist doodgeschoten. Motief voor de aanslag is het beleid van Rabin om de macht op de Westelijke Jordaanoever geleidelijk over te dragen aan de Palestijnen. Het oude Joegoslavië is uiteengevallen door een oorlog tussen oude deelstaten. In de zomer van 1995 is "De val van Srebrenica" en de daaropvolgende deportatie en genocide van meer dan 7.000 moslimjongens en -mannen, die formeel onder bescherming staan van een VN-bataljon bestaande uit Nederlandse militairen.

Microsoft brengt het eerste 32-bits-computer-besturingssysteem Windows 95 op de consumentenmarkt. Bij de uitgifte bivakkeren mensen in campingstoeltjes en slaapzakken voor de winkels. In het najaar brengt Microsoft IE1 op de markt, haar eerste Internet Explorer. De eerste online winkels doen hun intrede. Sony brengt voor een kleine $ 3.500 de Handycam DCR-VX1000, de eerste digitale videocamera, op de markt. Beschouwen we de periode 1975 - 1995 op de schaal van de eeuwigheid, dan kunnen we deze periode als tamelijk kalm typeren.

DRIJVENDE KRACHTEN GEWOGEN

In de publicatie uit 1995 wordt een aantal drijvende krachten beschouwd en wordt getracht deze te vertalen naar de toekomst. Waar zagen we het goed? En waar lieten we ons leiden door de waan van de dag?

EUROPA

Natuurlijk wordt in 1995 de eenwording van Europa beschreven. De handtekeningen onder het Verdrag van Maastricht (1993) waren nog nat. In dat verdrag werd de Europese samenwerking verruimd van een economische naar een economische én politieke gemeenschap. Economisch zorgde dit verdrag voor de Maastrichtnorm, die bepaalt dat een land maximaal 60% van zijn BBP aan staatsschulden mag

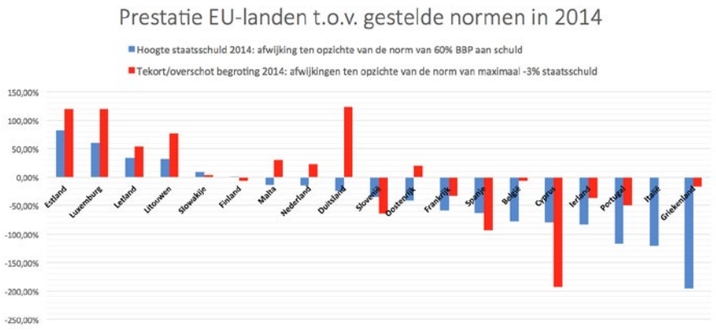
Het Platform Binnenstadsmanagement is in 1995 opgericht, letterlijk aan de keukentafel. Enkele Nederlandse binnensteden werkten aan de uitvoering van 'ondernemingsplannen' voor de binnenstad, die tot stand waren gekomen in samenwerking tussen de lokale overheid en het gevestigde bedrijfsleven. De gemeentelijke programma- en projectmanagers Binnenstad die door de betreffende colleges de taak meekregen om het plan tot uitvoering te brengen, liepen tegen verschillende praktische problemen aan. Hoe organiseer je een structurele publiek-private samenwerking in de binnenstad, hoe geef je een terassenbeleid vorm of hoe ga je om met de gesloten rolluiken in de binnenstad?

De oprichters nodigden de programma- en projectmanagers uit en bij de koffie ontstond het gesprek; 'Oh doe jij dat zo, dan moet ik dat ook eens proberen', 'Heb jij toevallig een voorbeeld van zo'n verordening?', 'Ik krijg die partij niet in beweging om mee te denken over oplossingen, wat zou ik nog kunnen doen?' In de loop van de tijd werd de keukentafel te klein en moesten we uitwijken naar zaaltjes en later wat grotere zalen. Een budget voor sprekers was echt niet aan de orde. Laat staan uit het buitenland. De koffie werd zelf betaald.

hebben en maximaal 3% van zijn BBP aan begrotingstekort. Met die norm tracht de EU haar economieën naar elkaar toe te brengen. In 1995 treden Finland, Zweden en Oostenrijk toe tot de Europese Unie. Men spreekt nu van 'Het Europa van de Vijftien'. Landen als Ierland (1973), Griekenland (1981) en Spanje (1986) zijn in 1995 betrouwbare en loyale partners binnen de EU. De aankondiging van de Eurozone (1998) met de invoering van één Europese munt (2002) is toekomstmuziek, maar wordt al wel gesignaleerd. Een mogelijke exit van EU-landen als Ierland, Spanje en Griekenland, laat staan een mogelijke ineenstorting van het stelsel, maken in 1995 geen deel uit van de gedachten van beleidsmakers. Anno 2015 staat Europa volop in de aandacht van eenieder. Werd in 2004 de burger door het Rijk nog geënthousiasmeerd met de slogan "Europa, Best Belangrijk"; in het heden bepaalt het dreigende vertrek van Griekenland uit de Eurozone ("Grexit") maanden het nieuws, komen Griekse restaurants in Nederland zonder ouzo te zitten, en spreken de Franse premier en de leider van de op een na grootse partij van Nederland zich uit voor één Europese regering.

DE IMPACT VAN TECHNOLOGIE

We zaten er voor wat betreft de kwantitatieve voorspellingen in 1995 niet ver naast. De geheugencapaciteit van de chip bleek op basis van Moore's Law heel goed voorspelbaar. Wat dat feitelijk zou betekenen voor ons dagelijks doen en laten, ging ons denkvermogen echter te boven. Wereldwijd hebben nu meer mensen toegang tot internet dan tot schoon drinkwater. Dat hadden we echt niet voorzien. In 1995 werd de impact van de ook toen al ongekende technologische ontwikkelingen beschreven. Voor de consumentenmarkt werden benoemd de camcorder, de message-watch, cdi, de buzzer, de cd-speler, de personal computer en de fax. Voor de zakelijke markt werden kassa scanning systemen, geautomatiseerd voorraadbeheer en natuurlijk de pincode aangewezen. Wat in 1995 echter niet, of in ieder geval niet scherp genoeg werd voorzien, was de invloed van de technologie op ons dagelijks reilen en zeilen. En die op ons winkelgedrag. Telewinkelen werd genoemd, maar er werd niet verwacht dat 20 jaar later internetbedrijven als Marktplaats en Bol.com grote aandelen consumentenbestedingen naar zich toe zouden trekken. Laat staan dat we vermoedden dat we on demand



	Voorspeld in 1995	Werkelijk 2015
Inwonertal	16,5 miljoen	16,9 miljoen
Onder de 19 jaar	23%	23%
Gemiddelde huishoudgrootte	2,1	2,2
Aantal auto's	8 miljoen	Ruim 8 miljoen
64 gigabit-chip	In 2011	In 2011

Ik heb in Orlando een proef gezien van Time Warner: aansluiting van de consument op multimedia voor bijvoorbeeld homeshopping. Ik kan me voorstellen dat Telecom die verbindingen aanbiedt en dat wij vervolgens de gekochte producten of direct mail distribueren.

Er ontstaan langzamerhand meer raakvlakken. Op dit ogenblik werken Telecom en Post op bescheiden schaal samen, bijvoorbeeld bij de nieuwe dienst fax-telepost. Het bedrijf verstuurt een fax naar PTT Post die het bericht per post bezorgt bij niet-faxbezitters. Het bericht wordt niet, zoals per fax binnen enkele minuten, maar binnen zo'n zestien uur bezorgd.

Directeur PTT Post Scheepbouwer
Nieuwsblad transport - 9 juni 1994

films zouden kijken via Netflix, muziek konden luisteren via Spotify, ons hotel zouden boeken via Booking.com en boodschappen zouden bestellen met de Appie-app. Dat alles met onze smartphone, tablet of E-watch.

ALLOCHTONEN

De toename van het aantal niet-westerse allochtonen werd in 1995 voorzien. Geraamd werd een aandeel van 8% van de bevolking, die zich grotendeels in de grote steden vestigen. Dit is meer geworden. Nu blijkt circa 12% van de bevolking van niet-westerse afkomst. In 2014 woonden er in Nederland bijna 2 miljoen niet-westerse allochtonen en bijna 1,6 miljoen westerse allochtonen. Niet-westerse allochtonen wonen vooral in de grote steden, in het bijzonder in de vier grootste steden. Westerse allochtonen wonen vooral in de grensgebieden van Nederland en daarnaast ook in de steden. Dat zien we terug in de retail. In wijken met een groot aantal allochtonen, zien we ook vaak allochtone ondernemers met een verswinkel gericht op de eigen doelgroep.

MOBILITEIT

Bereikbaarheid per auto is in 1995, in iedere geval bij ondernemers, één van de belangrijkste onderwerpen. Nederland telt in 1995 5,5 miljoen auto's. Deze intensiteit gaat de capaciteit van de binnenstad te boven. Binnensteden worden afgegrendeld, met nieuwe parkeergarages op de flanken of centraal onder de nieuw opgezette winkelcentra. Binnenstedelijke distributie van goederen aan de detailhandel is op veel plekken een groot probleem. Nu, 20 jaar later, blijkt het mobiliteitsprobleem minder groot. Het staat in ieder geval niet meer bovenaan de prioriteitenlijst van de centrummanager en de lokale politiek. Dit is een gevolg van grote overheidsinvesteringen in weg- en spoorinfrastructuur, alsmede door private investeringen

voor wat betreft gebouwd parkeren in binnensteden. De sterke opkomst van het aanbod aan en het gebruik van ICT leidt tot tegengestelde effecten op de mobiliteit. Per saldo is de invloed van ICT op de totale mobiliteit beperkt. Het telewerken neemt toe, vooral onder hoger opgeleiden, maar de tijd die aan woon-werkverkeer wordt besteed neemt hiermee echter niet zichtbaar af. Veel mensen telewerken immers vaak maar een deel van de dag. Ook het online winkelen neemt in omvang sterk toe. Bij sommigen vermindert daardoor de mobiliteit, terwijl het bij anderen juist tot extra mobiliteit leidt. Het bezoeken van webwinkels maakt nieuwsgierig en mondt uiteindelijk uit in vaker of verder weg fysiek winkelen. (bron: Q-Park, Jaarverslag 2013)

Internet als winkel heeft ook een mobiliteitseffect als het gaat om het bezorgen van de bestellingen. Het leidt tot veel verkeersbewegingen in de woonwijken. De vraag is of experimenten met afhalen de oplossing is. Deze lijn wordt hoofdzakelijk ingezet uit kostenoverwegingen. Het gehele logistieke proces van thuisbezorgen is echter zeer kostbaar en zet marges bij de internetaanbieders onder druk.

In 1995 wordt voorzien dat in 2015 het bereikbaarheidsprobleem van de binnenstad opgelost zou zijn door de introductie van hoogwaardig openbaar vervoer met snelle en comfortabele vervoersystemen. Wellicht niet zo futuristisch als door de schrijvers destijds beoogd, is ook dit aardig waarheid geworden. Zie de ingebruikname van onder meer de Zuidtangent in de Stadsregio Amsterdam in 2002, de uitrol van Randstadrail (lightrail en snelbusnetwerk) in Zuid-Holland in 2006, en de ietwat vertraagde aanleg van de Noord/Zuidlijn met opening in 2017.

Van grote invloed op de stedelijke ontwikkeling bleken de investeringen in het spoornetwerk met bijbehorende ingrepen in stations en stationsgebieden. Eind jaren negentig verleende het Rijk extra gelden voor een goede inpassing van de toekomstige halten van de Hoge Snelheidslijn (HSL). Het streven was een betere verbinding van stations met de stad. De Nieuwe Sleutelprojecten (NSP) werden Utrecht, Rotterdam, Amsterdam-Zuidas, Den Haag, Breda en Arnhem. Na ruim 15 jaar zijn veel van deze NSP's een feit: Rotterdam opende in 2014 met trots haar nieuwe station en de nieuwe stations in Den Haag, Utrecht, Breda en Arnhem naderen hun voltooiing. De publieke investeringen in stations hebben geleid tot grote private investeringen. De vernieuwing van Babylon Den Haag, de opening van de IJ-hal in Amsterdam met de "sprong over het IJ" en de vernieuwing van het Utrechtse stationsgebied hadden niet plaatsgevonden zonder de overheidsstimulans in het openbaar vervoer. Ook veel provinciale (hoofd)steden zagen de potentie van de spoorzones als katalysator voor stedelijke vernieuwing. Zo transformeerde Den Bosch haar verpauperde stationsgebied tot het "Paleiskwartier": nu een aantrekkelijk woon-, werk- en onderwijsgebied. Met ruimte voor kleinschalige retail en horeca, het obligate Moving-Kitchen-Festival én een voetgangersbrug over het spoor van € 17 miljoen.

Op zijn minst opvallend is de terugkeer van de fiets. In de publicatie uit 1995 werd er amper een woord aan gewijd. De paar woorden die erover geschreven zijn, waren negatief: "… wie het waagt in de binnenstad een fiets te berijden kan rekenen op de minachting van het winkelend publiek" (pagina 15). Maar juist het gebruik van de fiets is de afgelopen jaren enorm gegroeid en wel met 6,5% sinds 2004. Het fietsgebruik is vooral toegenomen voor woon-werkverplaatsingen en voor verplaatsingen van en naar onderwijsinstellingen. Voor winkelen wordt ten opzichte van tien jaar geleden minder vaak gefietst. Een groot deel van het toegenomen fietsgebruik komt voor rekening van de e-fietsers.

Inmiddels bezit ongeveer 10% van alle Nederlanders zo'n fiets. Van alle fietskilometers wordt inmiddels 12% per e-fiets afgelegd. Vooral onder senioren is het bezit populair: ruim een kwart van alle 65-plussers heeft de beschikking over een e-fiets.
(bron: Mobiliteitsbeeld 2014 van het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid).

STEDELIJKE ONTWIKKELING

In 1995 is de uitvoering van het groeikernenbeleid afgerond; het inwonertal van de groeikernen is in 1995 met circa 600.000 mensen toegenomen. In het begin van de jaren tachtig wordt nog verondersteld dat de groeikernen een afdoende antwoord geven op de bevolkingstoename. Dit beeld moet eind jaren tachtig echter bijgesteld worden. In 1991 verschijnt de Vierde Nota Ruimtelijke Ordening Extra. Deze nota bevat uitgangspunten voor de bouw van nieuwe woningbouwlocaties voor de periode tussen 1 januari 1995 en 1 januari 2005. Belangrijkste uitgangspunt is dat nieuwe woonwijken dichtbij de bestaande stadscentra moeten worden gebouwd. Dit mede ter versterking van bestaande winkelcentra en voorzieningen en het beperken van de dreigende leegloop van de steden. Door concentratie van wonen nabij stedelijk gebied kan ook de mobiliteitsvraag teruggedrongen worden. Korte afstanden bieden immers meer mogelijkheden voor openbaar vervoer, fietsen en wandelen. De uitvoering van het Vinex-beleid heeft ook het winkellandschap bepaald. In de periode na 1993 verrijzen nieuwe wijken aan de randen van respectievelijk Breda, Amersfoort en Utrecht. Dit worden de nieuwe stadsdeelcentra. 20 jaar later blijkt dat in de Haagse Beemden in Breda meer winkelmeters gerealiseerd zijn dan de markt kan dragen. Ongeveer één op de zes winkelunits in winkelcentrum Heksenwiel staat namelijk leeg (BN De Stem, 24 juni 2015). De realisatie van het centrum van Leidsche Rijn staat sinds lange tijd ter discussie. Dit is het gevolg van getouwtrek tussen de gemeente, de belegger en de

ontwikkelaar. De gemeente houdt bij voorkeur vast aan de oude plannen waarover zo'n 10 jaar geleden afspraken zijn gemaakt, vooral in verband met de grondkosten. Eigenaar en ontwikkelaar trachten het aantal winkelmeters terug te dringen uit zorg voor bouwen voor leegstand. De strijd wordt op het scherpst van de snede uitgevochten, onder andere via de pers. De oorspronkelijke 48.000 m² winkelmeters zijn inmiddels teruggebracht tot 38.000 m².

Door de aanwijzing als "Vinex" ging ook een impuls uit naar de herontwikkelingsopgaven van oude (groei)kernen. Het Rijk, provincies, gemeenten, alsmede ontwikkelaars en beleggers richtten zich daarbij, voor wat betreft woningbouw, op de middelgrote en grote steden. Daardoor kregen ook "Stadshartoperaties" in bijvoorbeeld Alphen aan den Rijn, Amstelveen en Almere vorm. De oudere steden zagen in de opzet van nieuwe winkelpassages, in combinatie met bestaand aanbod en nieuw stedelijk wonen, een middel om de aantrekkingskracht op peil te houden. Voorbeelden zijn de Catharinastraat in Doetinchem, de Marikenstraat in Nijmegen en de Parade in Bergen op Zoom. Dit alles tot grote vreugde van de consument. Nu kan immers gekozen worden op basis van het doel, het moment en de beschikbare tijd.

HET WINKELLANDSCHAP

Door de strakke winkelplanning, waarbij het internet nog een speeltje is van nerds, is de winkelmarkt in 1995 vooral een aanbod gestuurde markt. De binnenstad is niet goed bereikbaar en parkeren is een kopzorg, waardoor consumenten liever de stadsdeelcentra en wijkwinkelcentra bezoeken. In deze planmatig opgezette centra kun je én je dagelijkse boodschappen doen én recreatief winkelen. Trekkers en bronpunten zijn daar strategisch gepositioneerd, met aan de voet van de supermarkt volop gratis parkeren. De droom van iedere consument. Ook in 1995 is sprake van een grote dynamiek in de detailhandel. Gevestigde waarden op Nederlandse winkelstraten maken plaats voor nieuwkomers en snelle stijgers als Halfords, Toys 'R Us, Hennes & Mauritz, Kien, Marskramer, Etos en Free Record Shop. Het kan snel gaan, zo schreven we in 1995. Dat kunnen de destijds florerende ketens anno 2015 ook beamen. Wehkamp start in 1995 zijn website en is er dus vroeg bij.

GDV EN DE WENS TOT SCHAALVERGROTING

De dynamiek binnen de detailhandel en zeker de wens tot schaalvergroting wordt in 1995 gefaciliteerd door het net geïntroduceerde beleid ten aanzien van grootschalige detailhandels vestigingen (GDV). Dit nieuwe beleid biedt winkels boven de 1.000 m² de mogelijkheid om hun heil buiten de binnenstad te zoeken. Onder bepaalde voorwaarden, waarbij zorgvuldige afstemming dient plaats te vinden met de bestaande winkelcentra, mogen zich op het grondgebied van 13 grote steden grootschalige winkels vestigen. De betrokken steden mogen zelf de toe te laten branches selecteren. Dus ook modische winkels, electronicazaken en huishoudelijke artikelen, branches die daarvoor alleen bestemd waren voor binnensteden, stadsdeel- en grotere wijkcentra. De eerste resultaten van dit nieuwe beleid zijn in 1995 zichtbaar. In dit jaar wordt gestart met de eerste echte GDV-ontwikkeling Alexandrium II/III. De ArenA-Boulevard / Villa ArenA en Haaglanden Mega Stores zijn in vergevorderde stadia van planvorming. In de jaren daarop zien gemeenten van groot tot klein kansen voor nieuwe GDV-winkelconcentraties. Vooral op plekken waar de bedrijfsterreinontwikkeling wat achterblijft, of waar de meubelboulevard tekenen van sleetsheid begint te vertonen. Alleen al tussen 2010 en 2015 stijgt het metrage winkelvloer in grootschalige concentraties van 3.8 miljoen tot 4,9 miljoen (gegevens Locatus). Met als gevolg dat er bij het uitbreken van de vastgoedcrisis een overdaad aan perifere winkelconcentraties is. Ook op de tekentafel. Een voorbeeld is de stad Maastricht en omgeving met vier GDV-plannen omstreeks 2010. Slechts één opende in 2013 haar deuren en wel het perifere Eijsden.

Sommige van de GDV-concepten hebben de tand des tijd goed doorstaan (Alexandrium). Andere zijn moeizamer uit de startblokken gekomen (Villa ArenA). En van weer andere plannen was de opzet misschien op voorhand al een minder goed idee (Megastores Den Haag).

In 1997 nodigt de SSM de Amerikaanse topeconoom en presidentieel adviseur Lester Thurow uit, om aan haar retail- en vastgoedleden een toekomstbeeld te schetsen. Geheel passend in de tijdsgeest, steekt hij op kosten van SSM voor fl. 100.000,- en een 1e klas vliegticket de oceaan over. Alwaar hij in het Promenade-Hotel een select gezelschap van 150 genodigden à raison van fl. 750,- p.p. deelgenoot maakt van de drijvende krachten die naar zijn idee de nabije toekomst zullen bepalen. In het verslag van deze bijeenkomst en in zijn boek "The Future of Capitalism" lezen we het terug. Wat opvalt is zijn voorspellende gave. Zo gaat Thurow in zijn speech in op de toekomst van het winkelen. Hij voorspelt onder meer de macht van het internet en het effect hiervan op het koopgedrag en het retailaanbod. Hij spreekt over de mede daardoor toenemende macht van merken en fabrikanten, waarbij de traditionele functie van de fysieke winkel als informatie- en distributiecentrum onder druk komt te staan. Zijn boek schetst de brede context, met daarbij de "tektonische platen" die de toekomst zullen bepalen. Dit zijn in zijn optiek (i) het verdwijnen van communisme met daarbij de sterke opkomst van (staats)kapitalisme in Rusland en China; (ii) globalisering van bedrijven als gevolg van technologische ontwikkelingen, (iii) effecten van vergrijzing op het politieke speelveld met onder meer de verschuiving van publieke middelen van onderwijs naar zorg, (iv) economische instabiliteit met onder meer het in elkaar storten van het financiële systeem met een vorm van staatssteun en staatssturing en (v) religieus fundamentalisme als sociale- en politieke vulkaan. We hoeven de krant maar open te slaan om het voorspellende karakter van Lester Thurow op waarde te kunnen schatten. Volgende keer toch opletten als er iemand langskomt met een uurtarief van € 20.000,-

Ook een groot aantal woonboulevards heeft het niet gered. Wat op de piek van de markt, zo rond de millennium-wisseling, nog denkbaar leek, is dat anno 2015 zeker niet meer.

Villa ArenA, Amsterdam

Megastores, Den Haag

Alexandrium II, Rotterdam

Binnenstad, Maastricht

INTERMEZZO: SAMENWERKING IN DE BINNENSTAD 1995 - 2015

SAMENWERKEN IN DE KRAAMKAMER

Het grote belang van samenwerken tussen partijen ten aanzien van binnenstedelijke ontwikkeling wordt in het begin jaren negentig nog onvoldoende voorzien. MKB-ondernemers sluiten al wel aan bij franchiseformules om de veranderende markt het hoofd te bieden. Van een gestructureerde en planmatige samenwerking tussen belanghebbenden zoals exploitanten, vastgoedeigenaren, VVV's en gemeenten is nog geen sprake. Dit op een klein aantal gemeenten na, zoals bijvoorbeeld Amersfoort, Breda, Dordrecht, Haarlem, Nijmegen en Purmerend. Ontwikkelingen die tot samenwerking nopen zien we al wel.

Kijken we terug, dan zien we wel de kiem, maar niet de plant. De kiem is gevormd door toegenomen concurrentie tussen de oudere binnensteden en de modern opgezette centra, die zich (deels) richten op hetzelfde verzorgingsgebied. Waarbij planologen voor ieder centrum de leemte weten te benoemen vanuit het oogpunt van 'complementariteit'. In de praktijk blijkt al snel dat de nieuwe, moderne en op maat gemaakte wijkwinkelcentra en stadsdeelcentra concurreren met de oorspronkelijke centrumgebieden. De nieuwe centra zijn in het algemeen compact, compleet en comfortabel. Daarbij beschikken ze over veel gratis parkeerplaatsen. HEMA, V&D, Van Haren en C&A vestigen zich net zo lief in deze nieuwe centra. Waarom zouden de inwoners van de nieuwe wijken nog naar het 'oude centrum' gaan, als alles wat ze nodig hebben voorhanden is? Bovendien zijn de nieuwe winkelcentra meestal in handen van één of een beperkt aantal eigenaren. Daardoor kunnen de eigenaren meer invloed uitoefenen op de kwaliteit van het onderhoud, de branchering, de locatie van trekkers, bronpunten en een integrale marketingcommunicatie.

Door deze druk op de oorspronkelijke centra ontstaat er beweging. Gemeenten willen hun oorspronkelijke centrumgebied op peil houden, als het visitekaartje van de stad. Daarom stimuleren zij projectontwikkelaars en beleggers om te investeren in de stad. In deze tijd van hoogconjunctuur zijn marktpartijen daartoe graag bereid.

BINNENSTEDELIJK ANTWOORD

Het binnenstedelijk antwoord op de geduchte concurrentie van de nieuwkomers bestaat dus gedeeltelijk uit het realiseren van nieuwe, moderne winkelgebieden binnen de bestaande centrumgebieden, het aanpassen van de bereikbaarheid, de parkeergelegenheid en de herinrichting van de openbare ruimte. De Heuvel Galerie is een uitstekende aanvulling op het centrum van Eindhoven en de Barones voegt zowel in kwalitatieve als kwantitatieve zin waarde toe aan de binnenstad van Breda. Deze nieuwe planmatige winkelcentra binnen het bestaande centrum trekken meer bezoekers. Maar als de nieuwigheid eraf is, gaat dat voorbij.

Daar komen we achter als de opgeleukte 'oudere' centrumgebieden nog steeds de competitie niet goed aan kunnen met de vanuit winkeloptiek goed doordachte jongere telgen in hun omgeving. De leerling dreigt beter dan de meester te worden. Nadere analyse laat zien dat de organisch gegroeide centrumgebieden veelal als los zand functioneren als het gaat om de winkels, het vastgoed en de openbare ruimte. "Garantie tot de voordeur", maar wat er op straat gebeurt, is van niemand. De gevolgen van versnipperd eigendom, niet samenwerkende ondernemers en een gemeente die niet thuis geeft als het gaat om kwaliteit van de openbare ruimte en een goed parkeerregime, vertaalt zich in verlies van marktaandeel ten faveure van de moderne centra.

Binnensteden moeten zich beter en anders gaan positioneren, gebruikmakend van hun intrinsieke kwaliteiten. Dit vraagt om een georganiseerde en gestructureerde aanpak van het centrumgebied. Als belangrijke oplossingsrichting wordt een integraal marketingbeleid met passende activiteiten gezien. Hierbij valt te denken aan passende productontwikkeling (branchering, routing, structuur, verdeling trekkers - bronpunten, toevoegen aantrekkelijke voorzieningen), voldoende en bereikbaar parkeren en promotieactiviteiten. Samenwerken is daarvoor noodzakelijk.

KRACHT VAN DE ZONDEBOK

Naast de toegenomen concurrentie van de adonische jongelingen is er vaak nog een andere reden voor partijen om zich te mobiliseren. Door de nieuwbouwhausse voelen bestaande ondernemers zich bedreigd. Of in ieder geval niet gehoord. Niets is zo verbindend als het delen van een gemeenschappelijke zondebok. Gemeenten zien de weerstand tegen vernieuwingsoperaties en gaan noodgedwongen in gesprek met gevestigde ondernemers en vastgoedeigenaren. Hier wordt het zaadje voor het binnenstadsmanagement gepland.

PLATFORM BINNENSTADSMANAGEMENT

Tegen deze achtergrond wordt in 1995 het Platform Binnenstadsmanagement opgericht. In eerste instantie heeft het platform tot doel het product 'samenwerken aan de economische gezondheid van het centrum of de binnenstad' onder de aandacht te brengen. In verschillende centra en binnensteden worden al centrummanagement-organisaties opgezet, met als doel het economisch functioneren in het centrumgebied te bevorderen. In de meeste gevallen hoesten gemeenten het budget bij de start op. Intentie van gemeenten is dan in het algemeen dat marktpartijen na drie jaar de handschoen op- of overpakken en vanaf dat moment voor (gedeeltelijke) financiering zorgen.

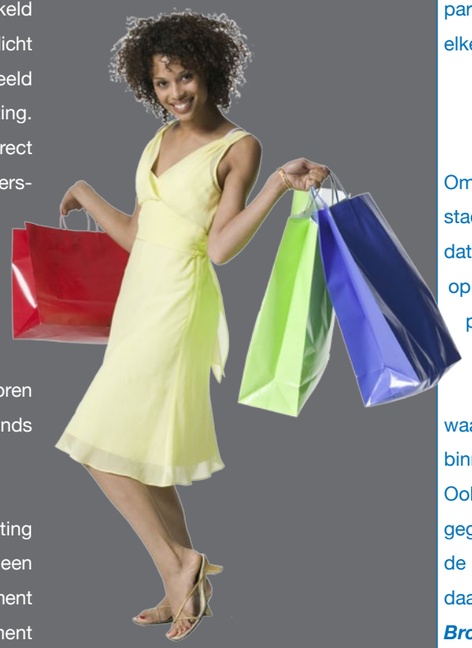
BELANG VAN VASTGOEDEIGENAREN

In de meeste plaatsen wordt binnenstadsmanagement als een samenwerkingsverband tussen lokale ondernemers en de gemeente gestart. Eigenaren van commercieel vastgoed zijn in die tijd in het algemeen (nog) niet verenigd. In de praktijk blijkt al snel dat dat een gemis is. In het kielzog van de centrummanagementorganisatie worden daarom in veel plaatsen ook Verenigingen van Eigenaren van Commercieel Onroerend goed opgericht.

VAN FREERIDERS NAAR EEN VERANTWOORD SYSTEEM

In de beginjaren bleek het vaak moeilijk alle betrokken partijen een bijdrage te laten leveren aan de samenwerkingsorganisatie. Iedereen kijkt naar de gemeente. Ondernemers krijgen zich moeilijk vertegenwoordigd. Er was altijd sprake van 'freeriders'. Vanaf omstreeks 2005 komt daar verandering in en worden systemen ontwikkeld waarbij alle belanghebbenden verplicht worden bij te dragen. Aan bijvoorbeeld de baat- en de reclamebelasting. Met een vriendelijk en politiek correct woord noemen we dat 'ondernemersfondsen'. De wet op de Bedrijven InvesteringsZone (BIZ) is daar de meest recente exponent van. Van de verschillende mogelijkheden wordt veelvuldig gebruik gemaakt. Anno 2015 behoren de centra zonder ondernemersfonds tot de verliezers.

We kunnen stellen dat de oprichting van de ondernemersfondsen tot een kentering van het centrummanagement heeft geleid. Centrummanagement is in de afgelopen 20 jaar getransformeerd van hobbyisme naar een professie. Centrummanagers hebben afscheid genomen van de 'clown in de straat' en leggen zich toe op de strategische ontwikkeling van het eigen centrum.



Den Haag mag zich de komende 2 jaar Beste Binnenstad van Nederland noemen. Het resultaat van jarenlange samenwerking tussen verschillende partijen in de binnenstad. Voor alle communicatie over de binnenstad is een speciaal beeldmerk ontwikkeld dat iedereen mag gebruiken. Deze benoeming is het resultaat van jarenlange samenwerking tussen alle partijen in de binnenstad. Iets waar elke ondernemer trots op mag zijn.

DEN HAAG
Beste Binnenstad
VAN NEDERLAND 2013-2015

Om te laten zien dat we Beste Binnenstad zijn, is een beeldmerk ontwikkeld dat elke ondernemer mag gebruiken op zijn/haar correspondentie, folders, posters en website. Op diverse momenten in het jaar zullen er speciale acties plaatsvinden waarbij we laten zien dat we de beste binnenstad van Nederland hebben. Ook landelijk zal er veel aandacht aan gegeven worden. Via deze website en de nieuwsbrief Binnenstad zullen we daar aandacht aan besteden.

Bron: http://www.denhaag.nl/

De Barones, Breda

Heuvelgalerie, Eindhoven

Stadshart, Nieuwegein

Castellum, Alphen aan den Rijn

4. DE BINNENSTAD IN 1995 VANUIT HET BLIKVELD 2015

De binnenstad heeft het in 1995 niet gemakkelijk. Onvoldoende bereikbaarheid en dito parkeergelegenheid beperken de toegankelijkheid, stadsdeelcentra leveren volwaardige concurrentie en een veelheid aan PDV- en GDV-plannen staat op stapel. Het laatste hoofdstuk van de publicatie uit 1995 geeft een typering van de binnenstad in 2015. Met enige terughoudendheid. Want ook uit de vergelijking tussen 1975 en 1995 werd duidelijk dat ogenschijnlijk kleine gebeurtenissen in het heden van grote invloed kunnen zijn op de toekomst.

Onder invloed van beschreven maatschappelijke, technologische, planologische en demografische ontwikkelingen wordt een binnenstad beschreven, die het moeten hebben van functiemenging en onderscheidend vermogen. Bezoekers hebben meer keus en zijn bereid om over een grotere afstand te reizen. De winkel- en leisurefuncties nemen in de binnenstad van 2015 een gelijkwaardige plaats in en allerlei commerciële vormen van vermaak, amusement en ontspanning worden vitale en structurerende elementen binnen het binnenstedelijk verblijfsgebied. Semicriminele randverschijnselen (drugs, gokken en prostitutie) zijn in 2015 gelegaliseerd en blijken als commerciële voorziening hoge huren te kunnen dragen. Internationale winkelketens hebben de macht. “Brandstores” zijn in de hoofdwinkelstraten dominant aanwezig. Klassieke brancheverdelingen zijn voorgoed verdwenen. (zie publicatie 1995, pagina 29)

IS DIT NU REALITEIT GEWORDEN?
Achteraf gezien was de periode rond 1995 het hoogtepunt van de revival van de binnenstad, met een veelheid aan projecten. Ging het de eerste jaren nog gedeeltelijk om overdekte winkelpassages, na verloop van tijd ontstonden steeds meer multifunctionele centra met als toverformule een mix aan grootschalige modische retail, leisure (bioscoop / restaurants), stadsappartementen en gebouwd parkeren. Meer belang werd gehecht aan binnenstedelijke herstructureringsprojecten met een grote functiemix en kwaliteit van architectuur en openbare ruimte. Projecten als De Parade in Bergen op Zoom (NRW Jaarprijs 2007), het Pieter Vreedeplein in Tilburg, het Piazza Center in Eindhoven (NRW eervolle vermelding 2006), de Spuimarkt in Den Haag (NRW Jaarprijs 2009), Raaks in Haarlem (NRW Jaarprijs 2013) en uitbreidingen van het centrum van Nieuwegein en Stadshart Almere werden conform deze formule uit de jaren negentig ontwikkeld.

Transformatie van het bestaande Marktplein Nieuwegein tot stadshart met woningen, horeca en winkels was een prachtige kans om het imago van Nieuwegein om te buigen van zakelijk, naar warm en gezellig. Het bestaande stadshart uit de jaren zeventig is indertijd zorgvuldig ontworpen, maar voldeed niet meer aan de wensen van deze tijd. De behoefte aan gezellig samenzijn op een prettig plein was de aanleiding om te komen tot een nieuwe opzet voor het marktplein. Liesbeth van der Pol ging uit van een romantische sfeer in een kleinere, intieme setting met moderne kleuren en materialen. Een ovaal plein met rondom gedecoreerde winkelpuien is het resultaat.

Projectomschrijving Gulden Feniks 2015, dé prijs ter bevordering van en inspiratie voor duurzaam gebruik van de bestaande omgeving.
Bron: http://www.nrpguldenfeniks.nl

Voorspeld werd dat in 2015 de rond 1995 gerealiseerde binnenstadsprojecten toe zouden zijn aan een eerste ronde van herstructurering, hetgeen een prima aanknopingspunt zou zijn om het concept van het eerste uur bij te stellen. De glazen bol bleek helder. Aan het einde van de economische crisis van 2008 - 2015 (zo lijkt het nu) is er een veelvoud aan vernieuwingsplannen van de in 1995 nog moderne winkelcentra: de Heuvel Galerie in Eindhoven en De Barones in Breda maken zich op voor een tweede jeugd. Een jeugd waarbij nog meer ruimte wordt gevonden voor schaalvergroting en met nog meer aandacht voor verblijfskwaliteit en -waarde. Stadshart Amstelveen is ook een voorbeeld van een winkelcentrum dat met zijn tijd is meegegaan en de afgelopen jaren zelfs een voorloper mag heten. Ook op het terrein van proactief beheer en management. Hetgeen het centrum op 4 juni 2015 de titel ‘beste winkelcentrum’ opleverde. Knap voor een project uit de sixties.

Ook de alweer 40-jarige winkeliconen gaan op de schop. Nieuw Babylon opende in 2014 haar deuren. En na ruim 15 jaar van plannen maken, krijgt ook de vernieuwing van Hoog Catharijne nu echt vorm.
Zie ook: ***https://www.youtube.com/watch?v=mgRk1HJTLus***

Werkelijkheid is ook dat een aantal van de destijds moderne projecten de afgelopen 20 jaar door het ijs is gezakt. Het gaat dan voornamelijk om winkelcentra in steden met minder dan 50.000 inwoners en/of projecten die buiten het kernwinkelgebied zijn gerealiseerd. Ingrepen binnen het kernwinkelgebied die een schakel vormen binnen een bestaande structuur met een door omvang autonome trekkracht, zoals De Barones in Breda en de Beurstraverse in Rotterdam, zijn blijvertjes. Centrumprojecten die er “aangeplakt” zijn, hebben minder succes. Denk hierbij aan het Mosae Forum in Maastricht, de Westerhaven in Groningen, het Drievriendenhof in Dordrecht, de Gooische Brink in Hilversum en De Brink in Hengelo.

Op sommige punten was het blikveld in 1995 te optimistisch. Zo werd een toenemende economische druk op de binnenstad in 2015 verondersteld, waarbij de winkelfunctie de cruciale en vitale rol vervult. En dit zowel voor groot als klein. In de centra van de grote steden is het winkelaanbod in zowel kwantitatieve als kwalitatieve zin nog steeds van groot belang. Belangrijke winkelformules en beleggers focussen eveneens op de grotere steden. De middelgrote en kleinere gemeenten worden door de consu-

ment echter als minder aantrekkelijk ervaren. Met teruglopende bezoekersaantallen en toenemende leegstand tot gevolg. Daar zijn het ook, of wellicht juist, de historische en culturele kenmerken, het horeca-aanbod en de woonkwaliteit die de attractiviteit bepalen.

In 1994 organiseert de SSM het congres “No Fun, No Business” in het dan net geopende voetbalstadion De ArenA te Amsterdam.

Geïnspireerd door een bezoek aan The National Retail Federation in New York doen enkele Nederlandse retailgoeroes de aankondiging van een nieuw begrip dat de toekomst van het winkelen zal bepalen: “leisure”.

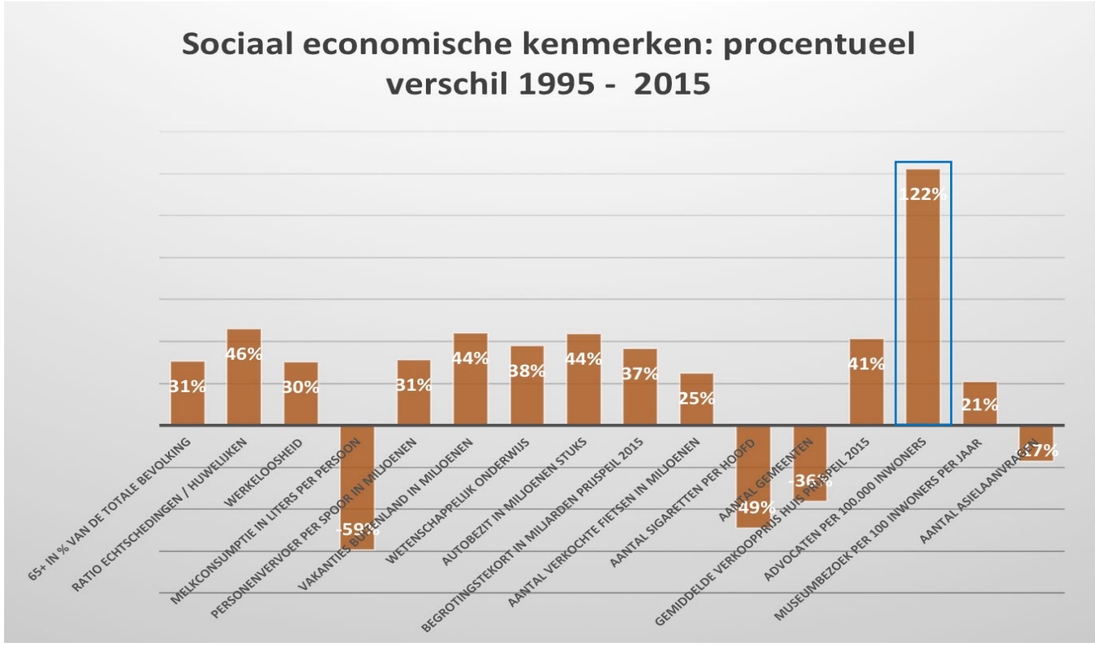
Vanaf dat moment verschijnt het woord in zowat iedere prijsvraag. Leisure-winkel, leisure-boulevard, leisure-box, leisure-centre, leisure-toren. Het kon niet op.

De macht en kracht die in 1995 aan het begrip ‘leisure’ toebedeeld werd, heeft zich 20 jaar later niet navenant waargemaakt. Op een aantal plaatsen is een (mega)bioscoop gerealiseerd en is horeca toegevoegd, maar dat is dan ook het belangrijkste verschil. Het begrip ‘leisure’ kreeg een eigen identiteit, omdat men dacht dat met behulp van leisurefuncties het rendement op winkelcentra behouden zou blijven of wellicht opgekrikt kon worden. Misschien hadden we in de markt ook gewoon een nieuw begrip nodig waarmee plannen verkocht konden worden.

BINNENSTADSMANAGEMENT

Begin jaren 90 waren er veel vragen over de toekomst van de binnenstad. Vanuit zowel het bedrijfsleven als gemeenten. Deze vragen werden mede ingegeven door de eerder ervaren bedreiging van de PDV-ontwikkelingen en de komst van GDV-locaties, die in het toenmalige rijksbeleid in de 13 stedelijke knooppunten mogelijk werden gemaakt. De uitgangspositie voor veel binnensteden was niet geweldig. Er was tot dan toe weinig aandacht besteed aan bereikbaarheid en parkeren, de inrichting van de openbare ruimte, de branchering, etc. Een bedreiging van buitenaf is de beste aanleiding voor samenwerking. Die samenwerking kreeg vorm in veel binnensteden. De openbare ruimte werd heringericht, de bereikbaarheid en parkeergelegenheid verbeterd en nieuwe winkelprojecten werden toegevoegd. Deze ingrepen kwamen ten goede aan de kracht van de binnensteden. Het vasthouden van de samenwerking, ook na deze veelal fysieke ingrepen, was de uitdaging. Dat is niet overal gelukt. Die steden die de samenwerking hebben weten vast te houden, hebben vooruitgang geboekt en zijn de winnaars.

Mosae Forum, Maastricht



INTERMEZZO: VASTGOED 1995 - 2015

Terugkijkend stonden we in 1995 aan de vooravond van de grootste vastgoed-rally uit de na-oorlogse geschiedenis. Een periode waarin wereldwijd oneindig kapitaal aanwezig was, het kantoren- en winkelvastgoed zich toonde als zelfrijzend bakmeel, en overheid, ontwikkelaars, financiers, woningcorporaties en banken aan niets en niemand twijfelden; zeker niet aan zichzelf. De stroom van vastgoed-zelfreflectiedocumenten als “De Prooi”, “De Vastgoedfraude” en “de Vrije Val van Vestia” schetsen een beeld van deze periode van grootheidswaanzin, hebzucht en ongebreideld geloof in economische en vastgoedgroei.

De afgelopen 20 jaar kan de vastgoed-optiek grofweg ingedeeld worden in drie parten:
1995 - 2001 (“de onafhankelijken”),
2002 - 2008 (“de banken”),
2009 - 2015 (“de herbezinning”).

De periode 1995 - 2001 kan worden getypeerd als de gouden jaren van binnenstedelijke vernieuwing. Onafhankelijke projectontwikkelaars gaven door middel van integrale gebiedsontwikkeling en publiek-private-samenwerking -én gesteund door overwegend Nederlandse vastgoed-financiers, banken en beleggers, vorm aan binnenstedelijke vernieuwing. Goede voorbeelden te over, zoals stadshart- operaties in Amstelveen, Alphen aan de Rijn, Almere en Nieuwegein, de Marikenstraat in Nijmegen, de Spuimarkt in Den Haag en grootstedelijke vernieuwingen, zoals de Kop van Zuid in Rotterdam en IJ-oevers in Amsterdam.

Gemeentelijke grond- en ontwikkelbedrijven in Amsterdam en Rotterdam waren kennis- en machtsinstituten die contouren schetsten van stedelijke ontwikkeling en daarbij zelf partners zochten. Ontwikkelaars werden geselecteerd op basis van visievorming en toegevoegde waarde. Financiering was een gezamenlijke opgave, die op maat werd geformuleerd. Zowel publieke als private partijen waren in staat om financieel en intellectueel te investeren in het voortraject. Zonder dat er nog maar één contract getekend, laat staan een steen gestapeld was. Rond de millenniumwissel was er bij beleidsmakers, beleggers én de retail een breed gedragen gevoel dat er een einde moest komen aan de veelheid van nieuwbouwprojecten, zeker de grotere. Maar dit paste niet in de tijdsgeest van “de nieuwe economie”, waar als gevolg van technologische ontwikkelingen de groei oneindig zou zijn.

De komst van de euro, de eenwording van Europa en de beschikbaarheid van goedkope leningen schoof iedere doemdenker in het hoekje. Opgebouwde kennis en wetmatigheden ten aanzien van projectontwikkeling (complex) en herstructureringsopgaven (nog complexer) werden genegeerd. Tijd voor vernieuwing. Banken werden ontwikkelaar, woningcorporaties werden banken. Reciprociteit werd binnen vastgoed een normaal begrip. Met ongewenste effecten. Niet de wens om te verbeteren en te vernieuwen, maar uitgedeelde “kickbacks” en nep-adviesdiensten bepaalden de wens voor nieuwbouw.

Met deze nieuwe manier van denken en handelen bleek de behoefte aan kantoren op rijksweglocaties schier oneindig. Daarbij werd het vervangen van een tien jaar oud tailormade kantorenpand voor nieuwbouw een paar honderd meter verderop als geen enkel probleem beschouwd. Met als gevolg dat privaat rendement op grondbezit en winsten op projectontwikkeling prevaleerden boven het publiek- en algemeen belang. Grondzaken/grondbeleid werd bij veel gemeenten een doel op zich: geld verdienen.

Met een vastgoedopleiding in de binnenzak en de ‘reiswijzer gebiedsontwikkeling’ in de hand werd zij aan zij met aanbestedingsexperts de een na de andere prachtige “uitvraag” gedaan. Prijsvragen, veelal gevoed door niet bestaande problemen of irreële kansen, werden de heilige graal vanuit de overheid. Consortia, bestaande uit ontwikkelaars, banken en aannemers konden de druk niet weerstaan en schreven zich in. Tegen beter weten in. De rekening werd jaren later gepresenteerd. In dit spel van irreële verwachtingen en tunnelvisie was contractvorming de zwakste schakel. Exit- of doemscenario’s werden niet of nauwelijks benoemd; niet door de uitschrijvende partij en zeker niet door de winnaar van de prijsvraag.

In 2008 ging het goed mis. Financiers en banken trokken zich terug. Het aantal riskmanagers op de werkvloer nam met 600% toe. Projecten waarvoor al kopers en financiers waren, werden nog gerealiseerd. Maar het merendeel van de plannen ging op de plank. Of de prullenbak in. Nieuwbouw stokte. Dit had als effect dat het licht bij de meeste ontwikkelaars en aannemers doofde. Onder het mom van ‘hoop doet leven’ en ‘de toekomst is altijd ongewis’, werd het personeelsbestand jaar na jaar gedecimeerd. Dochters en zusters werden samengevoegd. Bedrijfs-, grond- en projectaankopen werden afgeboekt. De aandacht richtte zich op overleven. Geen kosten, geen prijsvragen, geen voorinvesteringen en geen innovatie meer. Behalve dan in bouwprocessen. Want nu kon het bouwen plots goedkoper en sneller. In een markt die niet meer bestond. Partijen, zowel aan de private als aan de publieke kant, die zich rijk hadden gerekend met grondopbrengsten uit kantoor- en woningbouwontwikkeling, werden geconfronteerd met grote financiële tegenvallers. Deze dreven private partijen tot bankroet en gemeenten naar de artikel 12-status. In de periode na 2008 vond de noodzakelijke periode van herbezinning en herpositionering plaats. Ontwikkelaars werden gedecimeerd, architectenbureaus sloten de deuren en adviseurs lieten zich omscholen. In afwachting van betere tijden.

Nu de markt lijkt aan te trekken is er sprake van een dubbele varkenscyclus, met op de eerste plaatst een beperkte “warme” planvoorraad, en op de tweede plaats onvoldoende ingewerkte partijen die de gevraagde productie op tempo kunnen leveren. Als dan ook nog “masterplannen” bij bestuurders in de ban zijn en organisch ontwikkelen op kleine schaal het credo is, dan wordt het een hele opgave om de 400.000 nieuwe inwoners van de Randstad binnen afzienbare termijn een nieuwe

woning te geven. Op de juiste locatie en tegen redelijke kosten.

Positieve effecten van de vastgoedcrisis? Die zijn er zeker: directeuren van woningcorporaties krijgen nu een menselijk te bevatten honorering, louche vastgoedhandelaren zijn verdwenen. Intermediairs moeten gewoon weer werken. Ontwikkelaars die de crisis hebben overleefd, alsmede de vele startups en “netwerkontwikkelaars”, hebben geleerd vanuit het verleden en beseffen dat er nu een vraag- in plaats van een aanbod gestuurde markt is. Waarin ruimte is voor inspraak van de toekomstige gebruikers. Waarbij participatie in proces en product meer is dan een holle frase. En juist in tijden van schaarste is er meer aandacht voor kwaliteit en duurzaamheid van de nieuwbouw of verbouw. De kopers en de omgeving zijn hiervan de winnaars.

Wanneer het geld niet voor het oprapen ligt, en (grond)posities zich niet laten kopen, dan nemen de publieke en private partijen weer hun natuurlijke rol.

De overheid heeft de rol van toetser en bewaker van het maatschappelijk belang; de ontwikkelaar heeft de rol van doorwrochte procesregisseur en innovator; en de financier de rol van een instelling die op basis van redelijke afwegingen bereid is vermogen ter beschikking te stellen. Allen hebben het besef dat niemand het alleen kan. En dat juist de samenwerking tussen partijen, met respect voor eenieders kennis, kunde en mores, de sleutel is tot succes. Zoals een directeur van de gemeente Rotterdam het verwoordt: ‘duurzame gebiedsontwikkeling anno 2015 is vooral duurzame samenwerking’.

5. HIER EN NU

Het is 2015. Toekomst is heden. We hebben een zachte winter met weinig sneeuw en vorst. De lente lijkt meer op een herfst, maar als het warme weer in juli voor het eerst aanhoudend aanbreekt, hebben we ook direct een hittegolf. Het is de droogste zomer in 20 jaar. Met de beste maand juli ooit.

Traditiegetrouw ligt Nederland er in de voorronde van het Eurovisie Songfestival uit. Ondanks de inzet van de jeugdig ogende 40-er Trijntje Oosterhuis en haar spraakmakende jurk, is slechts de 27e plaats behaald. Dat gaat in 2014 een stuk beter met de tweede plek voor een gelegenheidsduo in country & western-style. Die eerste plaats uit 1975 is ver weg. De Tour de France start dit jaar op 3 juli in Utrecht. De stad is helemaal geel als de renners vertrekken bij ruim 30 graden. Ongeveer een miljoen wielerfans komen naar Utrecht om dit spektakel bij te wonen. De wereld kijkt naar Utrecht en de stad doet zijn best om goed gezien te worden. Utrecht was altijd wat bescheiden, maar komt nu goed op de kaart.

Welke ontwikkelingen kleuren op dit moment ons leven en daarmee ook onze binnensteden? Wat gebeurt er op mondiaal niveau, binnen Europa, op politiek terrein, op economisch gebied en op het gebied van mobiliteit en technologie? Wat zien we aan consumentenzijde en wat aan de aanbodzijde? In hoeverre bepalen deze krachten de toekomst van onze binnensteden? We staan er kort bij stil.

De wereld leek in 2014 te zijn veranderd in een brandhaard. Of het nu ging om de opmars van IS, het onophoudelijke bloedvergieten in Syrië of de ontvoeringen door Boko Haram, miljoenen burgers waren het slachtoffer van oorlog en geweld. Het conflict in Oekraïne en de ramp met MH17 maakten pijnlijk duidelijk dat aan de randen van Europa vrede niet langer vanzelfsprekend is. Om nog maar te zwijgen van de vele onschuldige mannen, vrouwen en kinderen die hun dood vonden in het water van de Middellandse Zee, op weg, zo dachten ze, naar een betere toekomst. Waar identiteit verandert in ideologie, verharden de verhoudingen en delven mensenrechten vaak als eerste het onderspit. De aanslag op Charlie Hebdo begin dit jaar in Parijs was niet alleen een laffe poging om de vrije pers de mond te snoeren, maar tevens een aanslag tegen iedereen die gelooft in een open en vrije samenleving. Maar juist nu onze waarden en principes onder druk staan, is het van belang om ons met meer vastberadenheid dan ooit in te zetten voor 'Respect en recht voor ieder mens', zoals de beleidsbrief van juni 2013 het noemt.

Voorwoord Mensenrechtenrapportage 2014

MONDIALE ONTWIKKELINGEN

INTERNATIONALE TERREUR

Beschouwen we de periode 1975 - 1995 als relatief kalm, als we deze afzetten tegen de eeuwigheid, geldt dit niet voor de periode 1995 - 2015. Deze periode kunnen we wereldwijd als turbulent typeren. Eén specifieke gebeurtenis drukt sterk de stempel op de wereldpolitiek, namelijk de aanslagen op de Twin Towers op 11 september 2001. Deze aanslag blijkt de voorbode van vijftien jaar islamitische terreur. Met als dieptepunt de vestiging van het Islamitisch Kalifaat met de ambitie de macht over te nemen in Irak en Syrië tot aan de Perzische golf. Met wreedheden als gefilmde onthoofdingen en het in brand steken van andersdenkenden, intimideert IS de hele wereld. En domineren zij dagelijks het nieuws.

CHANGE

De belofte van vernieuwing bij de aantreding van Barack Obama in 2008 is slechts deels ingevuld. Zijn stokpaardje Obamacare houdt in ieder geval stand tot de volgende verkiezing. Het effect van het loslaten van de schurkenstatus van Iran zal zich op langere termijn laten zien. De schrijver Leon de Winter schetst in Trouw alvast een toekomstbeeld: "De 'historische deal' is een catastrofe van ongekende omvang: we overhandigen aan Iran het touw waarmee Iran het Westen zal opknopen. Elke andere uitleg is leugenachtig" (Trouw, 22 juli 2015).

Wrang is op zijn minst dat gedurende het bewind van de winnaar van de Nobelprijs van de Vrede, het begrip "Koude Oorlog" weer volop leeft. Waarbij de Russische president Poetin zich van niets en niemand iets aantrekt. In ieder geval niet op de Krim en in Oost-Oekraïne. Het centrale begrip "Change" uit Obama's eerste verkiezingscampagne, lijkt in ieder geval voor Amerikanen een tijdelijk begrip. Dat de oude garde, de democraat Hillary Clinton en republikein Jeb Bush, beiden kansrijke kandidaten zijn voor het Presidentschap in 2016, zegt genoeg.

EUROPESE ONTWIKKELINGEN

MH17

Op 17 juli 2015 staat Nederland stil bij vlucht MH17. Dit vliegtuig van Malaysia Airlines is een jaar eerder boven Oost-Oekraïne uit de lucht geschoten. Alle inzittenden, onder wie bijna 200 Nederlanders, komen om. Nederland verkeert een jaar later nog in diepe rouw. Alles duidt erop dat Russische separatisten dit vliegtuig moedwillig neergehaald hebben. Ook Nederland zit weer volop in de Koude Oorlog.

GRIEKENLAND

Binnen Europa speelt de "Grexit". Griekenland kan zijn verplichtingen, verbonden aan de deelname aan de Euro, niet nakomen. Tsipras, de in het voorjaar 2015 gekozen nieuwe leider van Griekenland, strijdt zich moe om

De hele Griekse campagne staat stijf van de manipulatie. Met onwaarheden, manipulatie, en nationalistisch getoeter kun je ver komen in de politiek. Premier Alexis Tsipras, minister Yanis Varoufakis en hun partij Syriza hebben dat in Griekenland opnieuw bewezen. Bombardeer je kiezers tot slachtoffers van 'Europees terrorisme' (Varoufacis). Beloof je kiezers bij een 'nee' een veel betere deal met de schuldeisers (Tsipras) en maak van het geschil een strijd om nationale trots. Het is een recept waarmee Syriza nu het referendum heeft gewonnen.

Algemeen Dagblad,
Hans van Zon, 6 juli 2015

onder de eerder gemaakte afspraken uit te komen. Dit zonder de Eurozone te hoeven verlaten. Even lijkt het of zijn gedrag, enorm machtsvertoon in combinatie met slachtoffergedrag, de Europese leiders op de knieën zal brengen.

Na een marathonvergadering van bijna zeventien uur ligt er een akkoord met Griekenland op tafel. Tijdens een persconferentie in Brussel sprak EU-president Donald Tusk van een "agreekment'. De Duitse bondskanselier Angela Merkel heeft laten weten dat er de komende drie jaar 82 tot 86 miljard wordt uitgetrokken voor Griekenland. Met het akkoord is een Grexit van de baan, stelt de Griekse premier Alexis Tsipras.

Telegraaf, 29 juni 2015

Op het allerlaatste laatste moment gebeurt dat echter niet en wordt Griekenland door de Duitse Minister van Financiën de oren gewassen. Naar mening van het IMF zelfs wat te heftig.

VLUCHTELINGEN

Een eindeloos aantal bootvluchtelingen wordt opgevangen door Italië en Griekenland. Zij spoelen daar aan, na een gevaarlijke, lange en kostbare reis uit onder andere Syrië, Irak, Afghanistan, Somalië en Eritrea. Binnen Europa kunnen de landen het maar niet eens worden over de opvang en verdeling van al deze vluchtelingen. Italië en Griekenland voelen zich in de steek gelaten door hun Europese partners. Wrang in deze is dat juist Griekenland en Italië het economisch zwaar te verduren hebben. In de eerste zeven maanden van 2015 doen ruim 19.000 mensen een asielaanvraag in Nederland. Dat zijn 5.000 mensen meer dan over dezelfde periode vorig jaar. Ook in Nederland leidt de discussie over de opvang van vluchtelingen en de opening van vluchtelingencentra tot spanning. In vergelijking met Duitsland, waar over geheel 2015 maar liefst 800.000 asielaanvragen worden verwacht, past enige bescheidenheid in deze discussie.

BINNENLANDSE POLITIEK

Het minderheidskabinet Kabinet Rutte II, bestaande uit de gelegenheidscombinatie VVD en PvdA, regeert sinds 2012 ons land. Mark Rutte, geboren in 1967 in Den Haag, is minister-president. Sinds 2006 is hij politiek leider van de VVD. Over zijn privéleven is weinig tot niets bekend. Ongekend in een tijd waar iedereen alles van eenieder lijkt te weten. Het minderheidskabinet Rutte I, bestaande uit VVD en CDA en met gedoogsteun van de PVV, heeft de zittingsperiode van vier jaar niet gehaald. De vooruitzichten voor kabinet Rutte II zijn echter positief. Verbazingwekkend genoeg zijn het niet de ingrijpende en complexe dossiers die de premier hoofdpijn bezorgen. Zowel de grootschalige bezuinigingsoperatie, veranderingen in de zorg, en zoals het zich nu laat aanzien de vereenvoudiging van de belastingwetgeving, kunnen op draagvlak in de Eerste en Tweede Kamer rekenen. Nee, het zijn de hebberige of vergeetachtige partijgenoten van Rutte die hem in de problemen brengen. De VVD is op 18 maart 2015 bij de Provinciale Statenverkiezingen nipt de grootste.

In de afgelopen zes maanden hebben 137.000 vluchtelingen Europa bereikt via de zee. Dat is 83 procent meer dan vorig jaar in dezelfde periode. Dat maakte de vluchtelingenorganisatie van de Verenigde Naties, de UNHCR, vandaag bekend. De organisatie baseert dit cijfer op data die zij kreeg van Griekenland, Italië, Malta en Spanje. De UNHCR spreekt in het halfjaarrapport van een vluchtelingencrisis die inmiddels 'historische proporties' aanneemt. Het aantal bootvluchtelingen dat de verdrinkingsdood stierf, is volgens het rapport ten opzichte van vorig jaar verdrievoudigd. Het afgelopen half jaar kwamen 1.867 vluchtelingen om het leven. Vorig jaar waren dat er in dezelfde periode bijna zeshonderd.

Trouw, 1 juli 2015

De politieke held van 2015 is echter niet Mark Rutte, maar wel "onze" minister van Financiën Jeroen Dijsselbloem, van PvdA-huize. Als voorzitter van de Eurogroep, de informele vergadering van Europese Ministers van Financiën, weet hij mede Europa door de Griekse crisis te loodsen en een Grexit af te wenden. Daardoor wordt hij verguisd in Griekenland. Hij wordt vervolgens echter wel voor de tweede maal gekozen door zijn Europese collega's. Politieke munt wordt er nog niet uit geslagen: de PvdA staat er in alle peilingen zeer slecht voor. Lonkt er voor hem wellicht een carrière zoals die van zijn voorganger, de heer Kok?

INTERNET EN TECHNIEK

Geen onderwerp dat de afgelopen decennia zo sterk belicht is als de opkomst van internet en de effecten van internetwinkelen op het functioneren van de fysieke retail en onze binnensteden. Supersnel internet, wifi, smartphone en - tablet maken kijken en kopen op iedere plek en op ieder moment mogelijk. De macht van internet ligt daarbij niet alleen bij de kapitaalkrachtige aanbieders, al of niet met fysieke winkels. De macht ligt juist bij de klant. Facebook deelt je ervaringen met familie en vrienden. Twitter maakt wereldwijde klachten mogelijk.

PostNL heeft het afgelopen jaar meer pakketten vervoerd dan in 2013 en heeft mede daardoor zijn omzet weten te verbeteren. De groei in het pakketvervoer compenseerde daarmee de krimp in de postmarkt. Dat heeft het bedrijf vandaag bekendgemaakt bij de presentatie van de jaarcijfers. PostNL maakte het afgelopen jaar 4,3 miljard euro omzet, 2 procent meer dan een jaar eerder. De nettowinst kwam uit op 226 miljoen euro, tegen een verlies van 170 miljoen euro in 2013. Dat verlies werd toen veroorzaakt door de dalende waarde van de aandelen die PostNL in koeriersbedrijf TNT heeft. De traditionele postmarkt kromp vorig jaar met bijna 11 procent, waardoor de postomzet het afgelopen kwartaal 1 procent lager was dan een jaar eerder. De opbrengsten uit het pakketvervoer groeiden, dankzij de opkomst van het winkelen via internet, met 12 procent.

Volkskrant, 23 februari 2015

Een goede review geeft een boost aan de omzet. Zelfs reizen met de trein wordt leuk. De heenweg wordt benut om je te oriënteren op het aanbod van de te bezoeken binnenstad. Op de terugreis kun je je klacht posten over

Amazon had vorig jaar al het idee om met drones te gaan bezorgen en vroeg destijds een licentie aan bij de FAA. De drones mogen pakketjes bezorgen, maar wel onder strenge voorwaarden. Zo mogen de drones alleen overdag vliegen, niet hoger komen dan 122 meter en binnen het blikveld van hun bestuurder blijven. Ook moet Amazon maandelijks verslag uitbrengen aan de FAA.

Spitsnieuws, 20 maart 2015

de nurkse medewerker van het warenhuis. Die al 4 jaar op een nieuwe CAO wacht en 20% salaris moet inleveren om het rendement van investeerders veilig te stellen.

Hoewel de totale omvang van de detailhandelsbestedingen via internet nog niet zo hoog is, is de groei van de bestedingen wel groot. Bedroeg de digitale omzet in 2005 nog ca € 2,8 miljard, in 2014 bedroeg deze € 13,5 miljard. Naast het gebruik van de personal computer zien we het gebruik van de tablets en smartphones enorm groeien bij het doen van digitale aankopen.

Wie durft er anno 2015 nog een voorspelling te doen over de impact van technologische ontwikkelingen en haar mogelijkheden? En de impact daarvan op het winkelen? Peuters en kleuters groeien op met de iPhone en de iPad. Het leren van het alfabet is verschoven van de letterbak naar de iCloud. Deze jeugdigen zijn de kopers van de toekomst. Maar wie gaat er nog winkelen? In de toekomst kan toch alles thuis geprint worden, waarbij de magnetron op de koelkast vervangen is door de Apple 3D-printer? Met een food en non-foodstand. Waarbij Google Glass 2.0 het basisonderwijs en vakantiebelevingen overbodig maakt. En mocht je al naar buiten moeten voor een snelle boodschap voor je hulpbehoevende moeder, dan is daar de Uber Car, die iedere file vermijdt en zichzelf parkeert. Of hoeft zelfs dat niet? De eerste mens

Wearable computers like Google Glass never took off with consumers but the Internet-connected eyewear are finding their niche in the logistics industry. Exel, the North American arm of Deutsche Post DHL Group's supply-chain management business, is preparing to test "vision picking" -- replacing handheld scanners and paper job orders with wearable "smart-glass" devices outfitted with warehouse management software -- in two U.S. warehouses later this year. The devices can tell workers the fastest route to find products and can read bar codes, which reduced the time needed to pick out an item and pack it for shipping by 25% in tests at a Dutch warehouse earlier this year.

Marketwatch, Aug 14, 2015

die duizend jaar wordt, is volgens NU.nl ten slotte al geboren.

BIG DATA EN INTERNET DER DINGEN

In 1995 zagen we de groei van de rekenkracht van chips en computers als drijvende kracht voor innovatie. Nu is het "Big Data" die de toekomst lijkt te gaan bepalen. De hoeveelheid data die opgeslagen wordt groeit exceptioneel. Dit komt omdat de kosten voor opslag steeds lager worden. Consumenten kunnen daarom ook steeds meer foto's, bestanden en (eigen) films opslaan op media als Google en Facebook. De groei zit ook in het feit dat steeds meer apparaten zelf data verzamelen, opslaan en uitwisselen. Niet alleen de opslag van deze hoeveelheden is de uitdaging. Het analyseren van deze data speelt eveneens een steeds grotere rol. Deze data bevatten immers een schat aan informatie voor marketingdoeleinden.

Voor het eerst zijn er meer voorwerpen die zakelijk met elkaar 'bellen' dan mensen, zo blijkt uit cijfers van Vodafone. De verkoop van zogenaamde 'machine-to-machine'-simkaarten (M2M) van het bedrijf steeg het afgelopen jaar met 28 procent. Wereldwijd maakt inmiddels een kwart van de bedrijven gebruik van M2M. De grootste stijgers in het gebruik van de M2M-communicatie zijn de retailbranche en de zorg. "de hele industrie beweegt naar het internet der dingen toe". En wat dacht je van de informatie die je met M2M kunt binnenhalen?

Trouw, 29 augustus 2015

Anno 2015 zijn niet alleen mensen vrijwel continue online, ook 'dingen'. Via internet kijk je de nieuwste Amerikaanse tv-series op de Smart TV. Een horloge met GPS geeft inzicht in je persoonlijke sportieve prestaties. Kledingproducenten volgen de retailroute van hun spijkerbroek, dankzij een chipje dat ze in de jeans verstoppen. Boeren gebruiken 'smart sensors' om hun oogst via internet te monitoren. Meteorologen voorspellen orkanen op basis van gegevens van meetstations over de hele wereld. Autoproducenten werken aan auto's die met behulp van

In oktober komt er een nieuwe Barbie op de markt, Hello Barbie. Het is een kindervariant op de zorgrobot Alice, die onlangs te zien was bij NCRV. Hello Barbie is een converserende Barbie, niet alleen kan ze praten, ze kan ook luisteren en reageren. Sterker nog, ze kan leren. Deze Barbie staat in continue verbinding met een centrale server waar alle gesprekken opgeslagen en geanalyseerd worden, zodat Barbie steeds relevanter wordt. Welke verandering vindt hier plaats? De evolutie van Barbie, van plastic pop met blonde haren en een extreem slank profiel tot roddelende hartsvriendin? Of de transformatie van het moederbedrijf, Mattel? Wie rechtstreeks toegang krijgt tot taal, fantasie en verhalen van kinderen, beschikt over veel meer dan een pop en een merk. Met Hello Barbie krijgt Mattel toegang tot informatie waar veel bedrijven likkebaardend naar zullen kijken. Deze informatie zou weleens meer waard kunnen zijn dan de miljardenbusiness rond Barbie zelf.

Frankwatching.com
Artikel Mark Schoondorp
van Winkwaves

sensoren zelfstandig rijden. Een met internet verbonden thermostaat maakt het mogelijk om vanaf je vakantie-adres de temperatuur thuis te regelen (Bron: mediawijsheid.nl). Ze vormen samen een groot 'internet of things', oftewel het internet der dingen. De verwachting is dat het internet der dingen in de nabije toekomst productie-processen zal verbeteren en dat het oplossingen kan bieden voor problemen rondom energie en milieu, criminaliteit, gezondheidszorg en onderwijs. Het verlies van privacy wordt evenwel gezien als een groot nadeel van het internet der dingen. Als vrijwel elk apparaat dat we gebruiken verbonden is met internet, blijft er weinig van onze privacy over. Alle data worden verzameld in databases, en blijft daar 'voor altijd' staan.

ECONOMISCHE ONTWIKKELINGEN

NEDERLAND UIT DE CRISIS

Nederland zat sinds 2008 in een diepe economische crisis. Sindsdien is de werkeloosheid voortdurend gestegen. Het aantal werklozen bedraagt nu 694.000. Dat betekent dat 8,7% van de beroepsbevolking zonder werk zit. Toch lijken de zeven magere jaren achter ons te liggen. Het NOS Journaal presenteert op 11 augustus een bijgestelde groeiverwachting, waarbij de koopkracht van werkenden met 2,4% zal stijgen. Uitkeringsgerechtigden (-0,3%) en gepensioneerden (-1,1%) zullen moeten inleveren. Bank-directeuren denken weer hardop aan salarisverhogingen van 20%. Ambtenaren en politieagenten durven weer te staken voor een betere cao. Deze laatste groep is zelfs in staat om de eerste competitieronden van de eredivisie te frustreren. Met als leer-moment dat zonder politie hooliganisme minder leuk is.

Welkom bij de Vereniging van Nederlandse Voedselbanken

In Nederland leeft meer dan één miljoen mensen onder de armoedegrens. De voedselbanken helpen de armsten door ze tijdelijk te voorzien van voedsel-pakketten. Om onze klanten van voldoende eten te kunnen voorzien, werken wij samen met bedrijven, instellingen, overheden en particulieren. Zo zorgen we er samen voor dat armoede wordt bestreden, voedseloverschotten verdwijnen en het milieu minder wordt belast. Om de zelfredzaamheid van onze klanten te vergroten, werken we samen met lokale organisaties die onze klanten helpen om weer op eigen benen te staan. Voedselhulp moet immers altijd tijdelijk zijn.

Bron:
http://voedselbankennederland.nl

Rijken worden rijker, armen worden armer. Maar, crisis of niet, de tweedeling tussen mensen met een hoog inkomen en mensen met een laag inkomen wordt groter en duidelijker. Dat wordt wetenschappelijk aangetoond door de Fransman Thomas Piketty, de meest besproken econoom van 2015. De 43-jarige Piketty is mateloos populair en heeft dankzij zijn bestseller "Capital" een rocksterstatus onder economen en Tweede Kamerleden verworven. Zijn centrale boodschap: vermogen groeit harder dan de economie, dus als de politiek niets doet, wordt de kloof tussen arm en rijk steeds groter.

TRENDBREUK IN DE ZORG

Bezuinigingen en stelselwijzigingen hebben voor een trendbreuk in de zorguitgaven gezorgd. Niet alleen de overheid, ook de zorgverzekeraars en de verzekerden houden de hand op de knip. Zo zijn vanaf 1 januari 2015 de ondersteuning aan thuiswonende ouderen en gehandicapten, en de jeugdzorg ondergebracht bij de gemeenten. Dat gaat gepaard met bezuinigingen en een administratieve chaos, die tot gevolg heeft dat bijna niemand meer begrijpt wat nu eigen-lijk de bedoeling is en wie waarvoor verantwoordelijk is. Vooral op de oude-renzorg wordt beknibbeld. Ouderen moeten zo lang mogelijk zelfstandig blijven wonen en oudereninstellingen worden gesloten. De zorg wordt meer vanuit de wijk opgepakt. Bovendien moeten ouderen en andere hulpbehoe-venden meer een beroep gaan doen op hun omgeving. Familie, vrienden en buren worden verondersteld bij te springen. De strenge bezuinigingen worden door de politiek uitgelegd als kwaliteitsverbetering. De wijziging van verzorgingsstaat naar participatie-samenleving is in de publieke opinie echter niets anders dan een bezuinigings-operatie. Sappig detail is dat de vader van de staatssecretaris van Volks-gezondheid, Martin van Rijn, de pers zoekt om aandacht te vragen voor de slechte kwaliteit van de zorg. Als voorbeeld neemt hij de zorg voor zijn vrouw.

DE DEELECONOMIE

Bijzonder is het ontstaan van bedrijven die handelen in diensten en producten zonder dat zij over de betreffende diensten en producten beschikken. Centraal staat het delen van bestaande goederen en diensten. 'Uber' is een internationaal taxibedrijf zonder ook maar één taxi. Facebook is op dit moment één van de grootste media-bedrijven wereldwijd zonder eigen content, Alibaba is de grootste winkel zonder winkel, Airbnb is de grootste aanbieder van overnachtings-accommodaties zonder eigen vastgoed. Deze bedrijven zijn dus bijzonder succesvol als dienstverlener. In feite richten zij zich puur op het bijeenbrengen van vraag en aanbod. Wat hen ook bijzonder maakt, is dat zij enerzijds

Dit weekend kwam de Inspectie Leefomgeving en Transport (ILT) in actie. Enkele Uberchauffeurs in Amsterdam en Rotterdam kregen een dwangsom van tienduizend euro opgelegd. Uber zelf, dat hen in contact brengt met klanten, kreeg een boete van vijftig mille. Terughoudend, zo is het optreden van ILT het laatste halfjaar te noemen. Een handvol bekeuringen is niet veel, hoewel de inspectie zegt ook acties te ondernemen die zich aan het zicht van de buitenwereld onttrekken. Tel daarbij op dat zich kapitaalkrachtige bedrijven achter Uber hebben geschaard (onlangs werd één miljard dollar opgehaald) en het is duidelijk dat het bedrijf zich niet veel zorgen zal maken. Uber gaat echt nooit meer weg.

Het Parool, 17 februari 2015

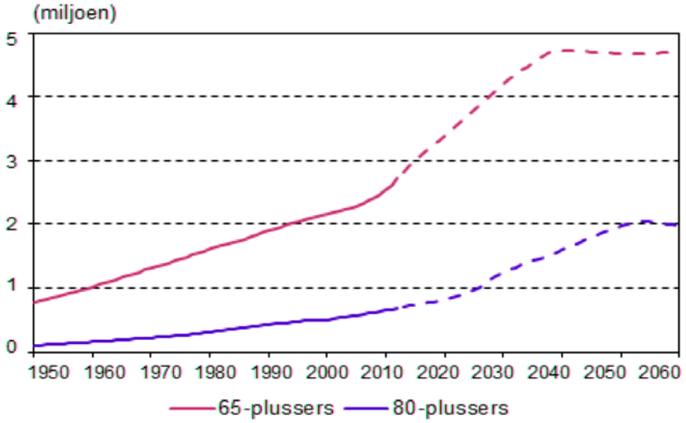
een sociaal gezicht hanteren, waarbij de aanbieders van “autoritjes” of “een extra bed erbij” met name particulieren en hobbyisten zijn. Of lijken te zijn.
Anderzijds zijn het bedrijven die beschikken over zeer veel risicodragend vermogen en daardoor pur sang het kapitalisme uitoefenen, waarbij de ondernemingen met het meeste geld winnen.

DE CONSUMENT

VERGRIJZING

Nederland telt in 2015 bijna 17 miljoen inwoners. Sinds 1950 zien we een toenemende vergrijzing, die naar verwachting door zal zetten. De belangrijkste oorzaak is gelegen in de geboorte-ontwikkelingen in het verleden: de babyboomgeneratie van 1946 - 1970 begint sinds 2011 de leeftijd van 65 jaar te passeren. De toename van de levensverwachting veroorzaakt de toename van het aantal ouderen. Met alle zorgen en kansen van dien. Zie ook:
https://www.youtube.com/watch?v=5yqwDwisiCI&feature=youtu.be

Zie ook: ***http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/bevolking/cijfers/extra/piramide-fx.html***
De groep 65-plussers telt op dit moment (begin 2015) circa 2,7 miljoen mensen. In 2040 zal dit aantal zijn toegenomen tot 4,6 miljoen inwoners. Ongeveer 80% van al het vermogen (huizen, aandelen en spaargeld) zit bij 50-plussers. De senioren van nu geven ten opzichte van tien jaar geleden meer geld uit aan zaken als voeding, computers en medicatie/gezondheid. Tegelijkertijd besteden ze minder geld aan lidmaatschappen, kleding en verbouwingen aan het eigen huis. De vergrijzende bevolking in Nederland profiteert van de fijnmazigheid van onze winkelstructuur. Dicht bij huis boodschappen doen en winkelen heeft de voorkeur. Wanneer daarin de voorkeur van senioren op het gebied van food en behoefte aan kwaliteit en service meegenomen wordt, lijkt dit kansen te bieden voor onder meer versspeciaalzaken in wijkwinkelcentra. Naast een sterke focus op lokale winkelvoorzieningen zullen ouderen mogelijk ook vaker recreatieve centra bezoeken. Omdat zij meer vrije tijd hebben, zullen senioren mogelijk meer geneigd zijn om historische binnensteden, evenementen en culturele functies (theater, musea, e.d.) te bezoeken. De combinatie tussen winkelen, horecabezoek en toeristisch-recreatief bezoek wordt daardoor nóg belangrijker. (Bron: ruimtelijk koopgedrag senioren: Vergrijzing maakt veel winkelmeters overbodig, WPM Research Bart Stek en Nadine van Nimwegen, juli 2015)



Duurzaamheid en gezondheid is hip! Gezondheid wordt belangrijker. Dat betekent gezond eten en meer bewegen. De aandacht voor eten wordt zelfs wat obsessief, als blijkt dat sommige volwassenen en kinderen ondervoed raken omdat ze bijna alleen maar gojibessen, tarwegras, chiazaad en hennepzaad eten. Inmiddels verkoopt elke supermarkt wel een aantal van deze ‘wordt gezond, gelukkig en mooi!’ voedingssupplementen. Mensen zijn zich weer en meer bewust van de waarde van ‘mens en milieu’. De boodschap van de Club van Rome is na 40 jaar geland. Forenzen proberen de woon-werk afstand te verkleinen. Met flexwerken en flexplekken zijn er minder vierkante meters kantoor nodig. Elektrische auto’s zijn een gewoongoed, niet in de laatste plaats vanwege het fiscale milieu. Voor de niet zo rijken en de vergrijzende bevolking is daar de elektrische fiets. Elke zichzelf respecterende supermarkt heeft ook een biologisch assortiment in de schappen liggen. En de duurzame ‘biologische-etenswaren-box’ wordt keurig per hippe fietskoerier thuisbezorgd. In toenemende mate verkopen bedrijven zich door uit te dragen dat ze goede doelen steunen. Zo heeft IKEA bijvoorbeeld Unicef War Child en UNHCR als partners en verkoopt de HEMA artikelen van ‘return to sender’.

Ook in het vastgoed en de bouw neemt duurzaamheid anno 2015 een prominente plaats in. Termen als ‘cradle tot cradle’ en ‘Breeamcertificering’ zijn gewoongoed. Een BREEAM-certificaat is maatschappelijk verantwoord en dat is niet alleen duurzaam. Het verkoopt ook. Aan de Zuidas in Amsterdam is eind 2014 het meest duurzame kantoorgebouw van de wereld opgeleverd.

GISTEREN, MORGEN EN DE KRACHT VAN HET NU

Het bewustzijn gaat verder dan alleen het milieu, in de zin van fysieke leefomgeving. Ook spiritueel zien we een toenemende mate van bewustzijn. Bij het afnemen van het kerkbezoek en de toename van het aantal prikkels als gevolg van de technologische mogelijkheden, zijn spirituele bijeenkomsten belangrijker geworden. Mensen zijn opnieuw en op andere wijze op zoek naar zingeving, zelfreflectie en stilte. Leven in rust en aandacht wordt belangrijker. In toenemende mate richten mensen in de westerse wereld zich op de kwaliteit van het leven in plaats van de kwantiteit. Dit sluit aan bij de overgang van een economie op basis van bezit, naar een economie op basis van gebruik. Na jaren van toenemende welvaart en een behoorlijke mate van materiële verzadiging, blijken spullen, reizen en consumeren niet genoeg voldoening te bieden voor een gelukkig leven. Zingeving wordt gezocht in bijvoorbeeld het beoefenen van yoga, meditatie en mindfulness.

Op 21 juni van dit jaar is de Wereld Yoga Dag breed uitgemeten in de pers.

De rol van religie in de huidige samenleving is nationaal en internationaal verre van uitgespeeld. In onze complexe samenleving neemt het belang van wetenschappelijke kennis van religie, cultuur en samenleving toe. Culturele aangelegenheden worden in toenemende mate van belang bij het functioneren van binnensteden. Maar ook bij het functioneren van de samenleving in het algemeen. Creativiteit en zelfontplooiing worden gestimuleerd door het ondernemen van culturele activiteiten en het bezoeken van culturele plekken.

MOBILITEIT

De keuze voor vervoerswijze is aan verandering onderhevig. Anno 2015 rijden er circa 8 miljoen auto's rond. Gemiddeld reizen Nederlanders in eigen land een kleine 12.000 km per jaar, bijna driekwart daarvan met de auto. Personenauto's zijn verantwoordelijk voor meer dan driekwart van het totaal van alle motorvoertuigenkilometers op de Nederlandse wegen. Voor korte afstanden tot 5 km, kiezen jong en oud meestal de fiets of gaan zij te voet. Gemiddeld rijdt elke fiets 900 km per jaar.

Elektrische fietsen worden steeds meer gekocht en gebruikt, vooral door senioren: één op de vijf fietsen die nu wordt verkocht is een e-bike. Ook steeds meer scholieren kopen een e-bike. Vooral in regio's waar jongeren ver moeten fietsen of het openbaar vervoer te wensen overlaat, gebeurt dat. Dat merken veel fietsenwinkels. De e-bike wordt goedkoper en is ook steeds vaker tweedehands verkrijgbaar. Daarnaast hebben jongeren geen last van schaamte over elektrische trapondersteuning op de fiets. De hoge kosten voor een e-bike verdienen zich vaak binnen twee jaar terug, vergeleken met de kosten van het openbaar vervoer. Hybride en elektrische auto's zijn in opkomst, mede vanwege de fiscale voordelen. In 2014 was 8% van de verkochte auto's een milieu-auto. Onder jongeren zijn auto's evenwel minder populair dan voorheen. Meer jongeren wonen in de stad waar ze zich gemakkelijk met de fiets en het openbaar vervoer kunnen verplaatsen. Daarnaast lijkt het erop dat voor veel jongeren van nu de auto minder een statussymbool is. De toekomst zal het leren. Verschillende binnensteden pogen de automobiliteit te beperken. Dit door opzet van transferia, het opheffen van binnenstedelijk (straat) parkeren, het verhogen van de parkeertarieven en het invoeren van milieuzones. Veelal is sprake van enige ambivalentie, omdat lokale ondernemers hun nering bedreigd zien door verminderde autobereikbaarheid en parkeergelegenheid. De Utrechtse binnenstad vormt hiervan een aardig voorbeeld. De eigenaar van Hoog Catharijne heeft fors geïnvesteerd in ondergronds parkeren om het nieuwe winkelcentrum zo aantrekkelijk mogelijk te maken voor klanten, ook die van buiten de stad. De gemeente presenteerde onlangs echter ook de Visie Stationsgebied 2e fase, waarbinnen autobezoek aan het Utrechtse centrum wordt gefrustreerd. De discussie hier omtrent is nog niet geslecht.

Sociaal economische kenmerken	1975	1995	2014 / 2015
Inwoners per km²	402	452	499
0 - 19 jarigen in % van totale bevolking	34%	24%	23%
65+ in % van de totale bevolking	11%	13%	17%
Gemiddelde huishoudensomvang	2,95	2,37	2,20
Luchttemperatuur juli in graad Celsius	15,4	16,1	18,4
Aantal huwelijken	81.000	88.000	64.000
Aantal echtscheidingen	18.000	32.000	34.000
Ratio echtscheidingen / huwelijken	22%	36%	53%
Werkeloosheid	135.000	480.000	625.000
Minimumloon prijspeil 2015	€ 1.660	€ 1.460	€ 1.507
Bierconsumptie in liters per persoon	76	89	68
Wijnconsumptie in liters per persoon	10	16	20
Melkconsumptie in liters per persoon	161	111	45
Personenvervoer per spoor in miljoenen	183	334	438
Vakanties binnenland in miljoenen	3,8	7,5	8,3
Vakanties buitenland in miljoenen	3,5	10,0	14,4
Wetenschappelijk onderwijs	113.000	181.000	250.000
Niet-kerkelijk gezind	23%	40%	47%
Autobezit in miljoenen stuks	2,5	5,5	7,9
Begrotingstekort in miljarden prijspeil 2015	€ 20	€ 348	€ 476
Aantal verkochte fietsen in miljoenen	1,2	0,8	1,0
Aantal sigaretten per hoofd	1.600	1.200	600
Relatieve besteding kleding in totale particuliere consumptie	9,4%	4,4%	4,2%
Aantal gemeenten	850	633	403
Gemiddelde verkoopprijs huis prijspeil 2015	€ 132.000	€ 159.000	€ 224.000
Bruto binnenlands product per arbeidsjaar prijspeil 2015	€ 58.000	€ 84.000	€ 82.000
Advocaten per 100.000 inwoners	18	45	100
Aantal aangegeven misdrijven per jaar	400.000	1.300.000	1.100.000
Museumbezoek per 100 inwoners per jaar	70	130	157
Aantal asielaanvragen	< 500	29.000	24.000

Hello Barbie

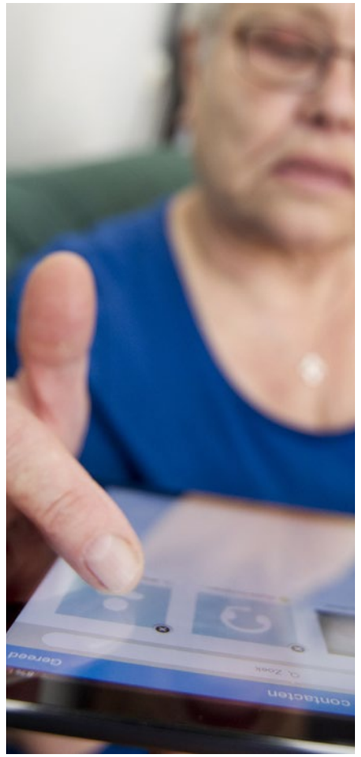
"GREXIT"

Picketty

Tour de France 2015 start in Utrecht

NL Premier Rutte & USA President Obama

UBER



MH17

Waarom toch die hipsterhaat?

“Dit is eigenlijk besmet gebied”, zeg ik. “Hoezo”, zegt mijn vriend. “Ik zit hier wel lekker”.
“Het schijnt nogal een hipster-hangout te zijn”.
“Is dat erg?.“
“Ja, moeten tegenwoordig hipsters haten”.
“Van wie?”
“Van andere hippe jonge mensen”.

Het is onder andere dit uniform (geblokte flanellen hemd, strakke spijkerbroek, klassiek ogende bergschoenen) waar steeds meer mensen zich aan ergeren. Wat nog meer steekt... is dat hipsters zo interessant doen over zichzelf... Ik geef het je te doen: twintig zijn in een zware crisis die maar niet lijkt over te gaan. En dan toch, met eigenlijk niks, een boeiend leven voor jezelf beginnen. Als je geen geld hebt voor dure meubels, zeg je gewoon dat de oude spulletjes uit de kringloop super hip zijn. Je noemt het vintage. Als geen enkele werkgever op je zit te wachten, begin je je eigen zzp-eenpitters-onderneminkje - iets creatiefs met computers. Je zoekt een onderkomen in een leegstaand kantoorpand en verklaart kale betonnen wanden en zichtbare afvoerpijpen tot het summum van stijl. Als je een boormachine nodig hebt, of een auto, dan leen je die van vrienden en roep je de deeleconomie uit. En waarom zou je je eigen bier niet brouwen?

Vindingrijk en optimistisch - wat een verschil met de jeugd uit de vorige crisis, die van de jaren tachtig. Zij zaten in een kraakpand de hele dag boos te zijn op de wereld. Ik snap de doemdenkende punkers goed - ik was nog klein - maar wist ook goed dat de situatie uitzichtloos was. Toch bevalt de instelling van de hipster mij beter. Oké, ze hebben natuurlijk rijke ouders en zodoende kunnen ze aan sommige dingen best veel geld uitgeven: I-Phone en Macbook zijn onontbeerlijk - hoe kun je anders werken in een pop-up koffietentje? - en aan voedsel spenderen ze idioot veel. Dat moet biologisch, lokaal en gezond zijn. Bij de Jumbo zetten ze geen voet over de drempel...

“Weet je wat ook is veranderd?” zeg ik.
“Dat het tegenwoordig jongeren zijn die klagen over de jeugd van tegenwoordig”.

Harmen Van Dijk, Trouw, 8 augustus 2015

6. DRIJVENDE KRACHTEN BINNENSTAD 2015

Nederland telt op dit moment 16,8 miljoen inwoners. Ruim 40%, ongeveer 7,1 miljoen daarvan, woont in de Randstad en meer dan de helft woont in stedelijk gebied. Onze binnensteden liggen er, om maar een begrip uit de jaren zeventig te hanteren, “spic en span” bij. Gerenommeerde ontwikkelaars hebben de afgelopen 20 jaar de tanden gezet in binnenstedelijke vernieuwing. Gesteund door investeringsdrang van overheid, banken, woningcorporaties en expansieve, veelal internationale, bedrijven. Gericht mobiliteitsbeleid gekoppeld aan de bouw van nieuwe stations en parkeergarages, alsook afspraken met grote distributeurs en grootwinkelbedrijven, hebben het bereikbaarheidsprofiel van de binnensteden fors verbeterd. Waarbij verkeerskundige en logistieke problemen teruggedrongen zijn tot een acceptabel niveau.

Uitbreiding van detailhandel vormde de kurk waarop nieuwe plannen dreven. Maar ook de trek naar de stad, voor zowel jong als oud, heeft een sterke impuls gegeven aan nieuwbouw en verbouw van stedelijk vastgoed. Kwaliteit van de openbare ruimte, traditioneel het domein van de lokale overheid, kreeg de afgelopen decennia veel aandacht. Hetgeen resulteerde in met goud belegde voetgangersdomeinen, aantrekkelijke horecapleinen en het vergroenen van de binnenstad. Met in de zomer een stadsstrand. Cultuur werd nadrukkelijk weer gezien als onderdeel van binnenstedelijk functioneren. Dit resulteerde in de bouw van moderne en architectonisch verantwoorde theaters, muziektempels en vernieuwing van het museale aanbod. Maatschappelijke voorzieningen waar gemeenten de nek ver voor hebben uitgestoken.

In 1995 was leisure het toverwoord. Inmiddels is dat vervangen door beleving. In binnensteden gaat het meer en meer om evenementen, horeca, terrassen, festivals, etc. Vanuit de gemeentelijke optiek wordt daar vaak het begrip leefbaarheid aan toegevoegd. Verbetering van de kwaliteit van de openbare ruimte is hiervoor een belangrijk instrument. De markt doet de rest. Was 20 jaar geleden de retail nog hip, nu is dat de functiemenging.

“Blurring” woedt daarbij als een conceptuele bermbrand door winkelcentra, hotellobby’s, kantoren, oude industriehallen en zelfs treinstations. Een schijnbaar chaotische menging van meubels, oud en nieuw en met een cosy klimaat, moet de consument verleiden. Met succes. In de huiskamer doen passanten, recreanten, shoppers, reizigers en ZZP-ers zich aan lange tafels en in diepe banken te goed aan een latte macchiato of groene thee van € 3,50. Waarbij zij bij het verlaten van het

Hutspot Amsterdam
Hutspot is a curator for an urbanized lifestyle. An initiative that brings all the good stuff together. Founded to provide a platform for creativity that enables ideas, products and people to become easily accessible for a mass audience. From a supermarket of design, fashion, beauty, foodies and workshops in the Hutspot store, drinks and get-togethers in the Hutspot Bar, all the way to a flexible office space.

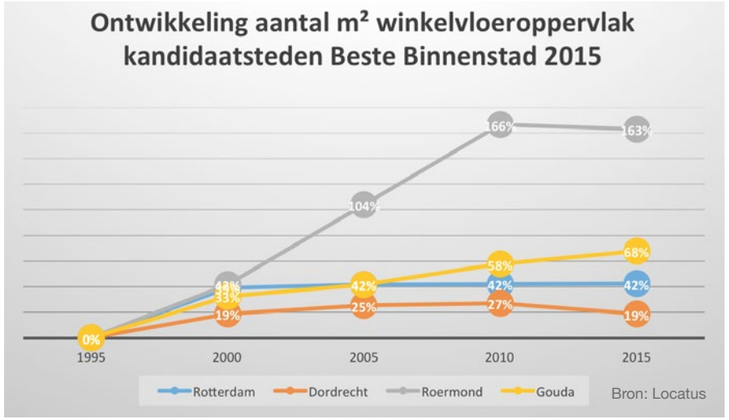
pand nog even een self-made-eco-design-lamp scoren. Als ten slotte nieuwbouw van winkels en kantoren “not done” is, maar er wel een grote vraag bestaat naar studenten- en starterswoningen, dan is herbestemming van verouderd binnenstedelijk vastgoed plotsklaps een aantrekkelijk perspectief. Oud is in. Nieuw is out.

Kortom, de stad is populairder dan ooit. De stad is weer spannend. We staan er goed voor. De toekomst van binnensteden lacht ons tegemoet. Of wellicht toch niet? Want is het niet zo dat de bezoekersaantallen de afgelopen jaren fors zijn teruglopen en de leegstand jaar na jaar toeneemt?

Anno 2015 nopen een aantal krachten tot nadenken. Internetwinkelen soupeert forse aandelen van de detailhandelsbestedingen. Hier is het einde nog niet van in zicht. Worden de goederen niet per busje thuisgebracht, dan wordt de consument verleidt om de goederen af te halen bij pick-up-points, strategisch gelegen naast de op-/afrit van de rijksweg. Met de burgerkoning naast de deur. Voor wanneer zelfs opwarmen te veel is. De toenemende vergrijzing zorgt voor een verschuiving van bestedingen, waarbij de detailhandel aandelen verliest. En waar vakanties, zorg en dienstverlening winnen.

De verkiezing Beste Binnenstad 2015 - 2017 geeft een goed beeld van de status van onze binnensteden en de wijze waarop zij zich weten te presenteren en onderscheiden. De jury prijst de ontwikkeling die Dordrecht op het gebied van beleving, detailhandel en cultuur heeft doorgemaakt. Bovendien kan niet voorbij worden gegaan aan de nieuwe ontwikkelingen op het gebied van cultuur, zoals het ‘Energiehuis’. De jury is van mening dat de stad zich breed profileert en durft te experimenteren. Volgens de jury heeft Rotterdam op het gebied van beleving, mobiliteit, vastgoed en detailhandel positieve stappen gemaakt. De stad heeft in de afgelopen twee jaar een enorme dynamiek gecreëerd in de binnenstad en de kwaliteit van de openbare ruimte een enorme impuls gegeven. Bovendien kan niet voorbij worden gegaan aan de ontwikkeling van diverse iconen in de stad, zoals ‘De Rotterdam’, de ‘Markthal’ en het nieuwe station. De stad heeft een heldere visie, waarbij de gemeente zelf ondernemer is. De jury prijst de inzet van Gouda door nieuwe lokale retailers en winkeliers aan te trekken. Bovendien is een goede samenwerking aanwezig met diverse partijen in de binnenstad.

Door verschillende kleine, maar ook grote evenementen te organiseren, verspreidt Gouda het DNA van de stad op een goede manier. Daarnaast prijst de jury de stad voor de integrale visie op cultuur. Met betrekking tot Roermond kan volgens de jury niemand voorbij zijn gegaan aan de retail gedreven visie van de stad en de synergie tussen het Designer Outlet Roermond en de binnenstad. De jury prijst voornamelijk de stad voor het constante, hoge niveau van de binnenstad van Roermond. Tevens is de samenwerking binnen het centrummanagement van Roermond een sterk punt.



Voor het eerst in de moderne geschiedenis heeft de nieuwe generatie minder te besteden dan de vorige. Zij zijn in afwachting van traktaat, het vrijvallen van de hypotheekvrije ouderlijke woning of een erfenis. Wat lang wachten kan betekenen, nu zelfs je oma 104 jaar oud wordt. Bewust, of is het gedwongen, wordt gekozen voor de deeleconomie. Of het nu gaat om auto’s, woningbezit, meubelen of kleding.

Voor het eerst in vijf jaar stijgt het aantal consumenten dat door de Nederlandse winkelstraten loopt. Onderzoeksbureau City Traffic telde het aantal passanten in vijftig grote steden en zag in het eerste kwartaal een stijging van 1,1 procent ten opzichte van een jaar geleden. Dat lijkt niet veel, en toch is er volgens directeur Huib Lubbers sprake van een trendbreuk.

De afgelopen jaren daalde het aantal winkelende consumenten immers fors, tot wel 25 procent. “Dus deze voorzichtige kentering is zeker hoopvol.” Tot de grootste stijgers behoren Hengelo, Amstelveen, Almere, Breda en Zaandam. Het aantal shoppers steeg daar met maximaal 14 procent. Onder aan de top-50 bungelen Ede, Almelo, Emmen en Amersfoort. In de laatste twee steden is er zelfs een daling van 24 en 26 procent.

Overigens zijn sommige ondernemers - ook in de steden die volgens City Traffic flinke plussen noteren - erg argwanend als zij de top-50 van het onderzoeksbureau bekijken. Een aantal winkeliers in Amstelveen bijvoorbeeld herkent zich absoluut niet in de positieve cijfers.

“Plus 12 procent? Ik geloof er niks van. Want het gaat hier gewoon erg slecht. Ze hebben zeker ook winkelpersoneel meegeteld dat hier het winkelcentrum in- en uitloopt, om even te roken.”
NOS, 22 april 2015

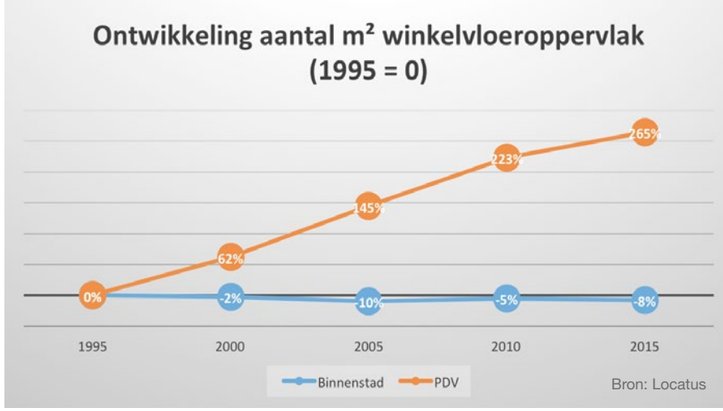
Internetbedrijven die zich richten op de deeleconomie behoren tot de snel groeiende klimmers op de aandelenmarkt. En lijken zij de oude helden van het retailvak, die nog beschikken over eigen productiemiddelen, vastgoed en goederen, voorbij te streven.

De winkelier en winkeleigenaar ziet dit alles met lede ogen aan. Met name het winkelaanbod in kleinere en middelgrote steden staat door wijzigingen aan de aanbod- en vraagzijde onder druk. Leegstand van winkelpanden is daar meetbaar en op straat voelbaar. Traditionele trekkers zijn omgevallen. Of staan op het punt van. Het midden- en kleinbedrijf was al een uitstervend winkelras, maar nu gooien ook “Top 100 Quote-retailers” het bijltje erbij neer.

De marktomstandigheden eisen flexibiliteit van de retailer. De vastgoedsector is dat niet gewend. Financiers eisen langlopende huurcontracten met juridisch dichtgetimmerde voorwaarden. Hoe groter de stapel huurcontracten met een lange looptijd, hoe hoger tenslotte de economische waarde. Maar in een stagnerende markt lopen de belangen van huurder en verhuurder uiteen. De door vastgoedeigenaren gewenste langjarige zekerheid remt de gewenste transformatie van vastgoed en flexibiliteit in gebruik.

Als de ontwikkeling van woningbouwprijzen in steden als Amsterdam en Utrecht maatgevend is, dan wordt binnenstedelijk wonen onbereikbaar voor jongeren, starters en middeninkomens. Wonen verwordt dan tot een beleggingsproduct, een spel voor buitenlandse speculanten. Waarbij een woning buiten de stad een zorg is en de koper van 2008 de hypotheek nooit meer boven water krijgt. En die daarom zijn consumptieve bestedingen voor jaren moet temperen. Leisure dan als redding? De al 20 jaar gepredikte “binnenstad als belevings- en vermaakscentrum”, waarbij het kopje koffie op het terras de winkelkassa moet doen rinkelen, is niet voor iedere winkelconcentratie en alle 140.000 detailhandelsondernemers werkbaar.

Bovendien, als elk dorp en iedere stad een uniek festival, uniek museum en uniek event heeft, hoe moet je je dan nog onderscheiden? Ieder centrum een eigen tourproloog van € 18 miljoen?

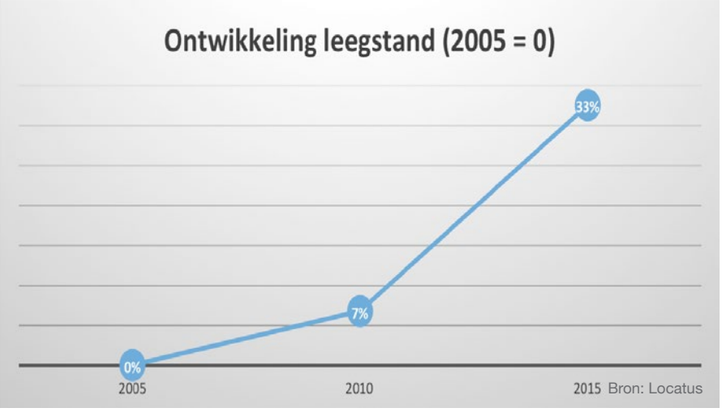


Kortom, de gepredikte les van Piketty lijkt ook voor steden te gaan gelden: de rijken (lees: de steden met veel aanbod) worden rijker, en de armen (lees: kleinere steden met relatief weinig aanbod) worden armer. Kapitaal zoekt zijn weg.

Hieronder staan we kort stil bij de belangrijkste pijlers onder het binnenstedelijk functioneren, wonen, winkelen, recreëren, cultuur en mobiliteit, waarbij we de belangrijkste ontwikkelingen duiden. Die opmaat zijn, of lijken te zijn voor de toekomst van onze binnensteden.

TEVEEL WINKELMETERS EN OPLOPENDE LEEGSTAND

Het winkelaanbod is de afgelopen 20 jaar binnen Nederland immens toegenomen van circa 16 miljoen m² tot 31,6 m² winkelvloeroppervlak. Opvallend is dat het binnenstedelijk winkelaanbod zich min of meer heeft gestabiliseerd. De toename zit met name in de periferie, waar het aanbod met een factor 2,5 is toegenomen (bron: BRO). Niet al deze meters hebben een winkelier gevonden. De leegstand van winkelpanden loopt sinds de eerste metingen in 2005 jaar na jaar op, in een verontrustend stijgende lijn. Van de 220.000 winkelpanden in Nederland staan er op dit moment circa 16.883 (7,6%) leeg. Het aantal leegstaande panden is in twee jaar tijd met maar liefst 18% gestegen.



Ondanks de stijging van de winkelleegstand, is ook het aantal vierkante meters winkelverkoopvloeroppervlak (wvo) toegenomen en wel met 1,4%. Van het totaal aantal winkelmeters in Nederland met 31,6 miljoen m² staat op dit moment 2,4 miljoen m² structureel leeg. Stel, iedere verweesde winkelmeter vertegenwoordigt een waarde € 2.500 per m². Dan staat er dus € 6 miljard vastgoed te verdampen. Niet renderend vermogen dat in veel gevallen gestald is bij beleggers, banken en pensioeninstellingen. In Griekenland zouden ze er blij mee zijn.

Als we de leegstandscijfers segmenteren naar soort winkellocatie dan zien we dat de leegstand op A1-locaties licht stijgt naar 5,7%. Op C-locaties (de veel minder drukke straten in steden) stijgt de leegstand naar 15,7%.

Ondernemers met een goed idee voor een winkel maken in Hengelo kans op een gratis pand. In de Overijsselse stad staan tachtig winkelpanden leeg. De winkeliersvereniging wil met het initiatief jonge ondernemers een kans geven om een zaak te starten en tegelijkertijd de leegstand tegengaan. De eigenaren van tien panden hebben winkelruimte beschikbaar gesteld. Vijftien ondernemers hebben zich inmiddels aangemeld. Als ze worden uitgekozen, hoeven ze het eerste halfjaar geen huur te betalen.

NOS, 26 augustus 2015

Dit betekent dat daar één op de zes winkels leeg staat. De dynamiek op deze locaties is er groot, omdat er tegelijkertijd ook sprake is van een flinke onttrekking van de (winkel)voorraad. Er zijn het afgelopen jaar meer panden dan ooit omgebouwd tot woning of kantoor (bron: Locatus). Beschouwing van de leegstand laat zien dat er ook een scheiding plaatsvindt van kaf en koren. Winkelprojecten die zijn gefundeerd op irreële verwachtingen, hoop en torenhoge ambities, leggen in tijden van economische crisis het loodje. Waarbij we geconfronteerd worden met eerdere motieven om winkelmeters te realiseren. En die motieven lagen blijkbaar lang niet altijd aan de vraagzijde en de noodzaak vanuit de detailhandel om in te spelen op gewijzigde omstandigheden.

Motieven om meer winkelmeters te realiseren waren bij ontwikkelaars, financiers en ook grondeigenaren vaak minder hoogdravend: geld en ambitie. Dit leidde tot een veelheid aan woonboulevards, bouwmarkten, perifere GDV's, "net-buiten-de-logische-loop-liggende" winkelpassages en slecht ontsloten winkels op -1 en +1. Dit alles nog steeds met niet-marktconforme huurprijzen. Het rendement van dit denken en handelen betaalt zich uit: faillissementen, gevolgd door leegstand. In zekere zin zijn we in sommige kleinere steden en locaties weer terug in 1975. Met leegstand, dreigende verpaupering en een overmaat aan discount.

In Deutschland spielte Walmart 2006 auch zehn Jahre nach dem Markteintritt fast keine Rolle. Der Marktführer Edeka setzte mit gut 29 Milliarden Euro mehr als zehnmal so viel um wie Walmart. Auch Aldi (gut 24 Mrd.) und Lidl (gut 21 Mrd.) erzielten einen wesentlich höheren Umsatz. Deutschland ist, anders als die USA, seit Jahrzehnten ein Lebensmittel-Billigland; im Discountbereich ergeben sich Margen von nur zwei Prozent (vgl. USA 5 %). Der ausbleibende Erfolg zwang Walmart schließlich dazu, das Geschäft in Deutschland aufzugeben. Die 85 Filialen wurden im Juli 2006 an die Metro AG verkauft und anschließend auf die Marke Real um geflaggt. Walmart verbuchte mit dem Verkauf einen Gesamtverlust von einer Milliarde USD.

Uit: Wikipedia

THE WHEEL OF RETAIL

Formules komen en formules gaan. Binnen de retail een waarheid als een koe. In de publicatie uit 1995 werd voorspeld dat Walmart op termijn ook de Nederlandse markt zou binnendringen en in 2015 binnen Europa de grootste speler zou zijn in de supermarktbranche. Dit is niet gebeurd. Maar de wereldwijde groei van dit bedrijf van $ 100 miljard omzet in 1995 naar $ 480 miljard in 2015 is niet minder indrukwekkend. Walmart is daarmee het grootste bedrijf van de wereld voor wat betreft omzet, waar iedere inwoner op deze planeet gemiddeld € 70 besteedt. Het Duitse avontuur was echter een debacle. Het kleine Nederland is dan helemaal geen aantrekkelijke optie.

Nu Albert Heijn en Jumbo slechts 1,5 procent van omzet online realiseren, ruikt Picnic een enorme kans. Ze leveren melk, brood, chocopasta en toiletpapier in een rood plastic kratje aan de deur. Bezorgd met een elektrisch busje. En dat gegarandeerd tegen de laagste prijs en zonder bezorgkosten. Het zou zomaar kunnen dat we in de toekomst zo onze wekelijkse boodschappen in huis halen. Door simpelweg een bestelling te plaatsen bij de nieuwe online supermarkt Picnic.

Al drie jaar werken vier investeerders in stilte aan een concept dat marktleiders Albert Heijn en Jumbo het hoofd moet bieden. De online super wil het verschil maken met een nieuw distributie idee, hoeft geen winkelpanden te betalen en kan scherp inkopen.

Trouw, 6 augustus 2015

Binnen Nederland weet Albert Heijn de positie als marktleider te handhaven, waarbij zij zich steeds weet te vernieuwen in winkelaanbod en marketing. Recent werd de fusie met de Belgische evenknie Delhaize kenbaar gemaakt. Samen zijn zij goed voor € 51 miljard omzet. Spectaculair is de opkomst van Jumbo. Rond 1995 nog een enkele winkel in het Tilburgse. Rond de eeuwwisseling circa 30 vestigingen met € 400 miljoen omzet. Nu meer dan 500 vestigingen met een omzet van € 7 miljard.

In 1996 bracht de SSM een bezoek aan de Scandinavische landen om te bezien wat toch te doen met de op korte termijn leegkomende warenhuizen in onze binnensteden. Stockholm en Oslo waren ons voorland, waarbij de grotere warenhuizen waren getransformeerd tot winkelcentrum, shop-in-the shop, of supermarkt. Experts wisten haarfijn te voorspellen dat het warenhuisconcept de langste tijd had gehad. 20 jaar later zijn de Bijenkorf, V&D en Hema nog steeds in het winkellandschap aanwezig. Maar ook nu niet zonder problemen.

De Bijenkorf, in handen van een hedgefonds, valt terug op haar visie uit de jaren negentig met warenhuizen in de grote steden Amsterdam, Utrecht en Den Haag en één in Eindhoven om Zuid-Nederland te bedienen. Amstelveen en Maastricht blijven open omdat deze behoren tot de beste winkelcentra in Nederland met een kapitaalkrachtig koperspubliek. Het van de nood een deugd maken experiment met 'Bijenkorfjes' in vrijgevallen Peek en Cloppenburg panden in de middelgrote steden wordt na 10 jaar beëindigd. Vestigingen in Arnhem, Enschede, Groningen, Breda en Den Bosch sluiten hun deuren.

Internationale modeketens staan klaar om de gaten te vullen. V&D doet begin 2015 uit armoede een beroep op haar werknemers om te komen tot een salarisverlaging. Verder tracht zij eigenaren te dwingen tot huurverlaging en het werken met omzethuren. Daarbij speelt de organisatie zijn positie als 'traditionele trekker' in centrumgebieden uit. Kranten staan vol met artikelen over het negatieve effect op het functioneren van centra als V&D omvalt.
Evident is dat de invulling van deze meerlaagse warenhuizen geen sinecure is. Zeker niet in de kleinere steden. In dit licht is het opvallend dat twee nieuwe warenhuizen de Nederlandse markt betreden. Marks & Spencer doet wederom een poging en vestigde zich in 2013 in Den Haag en Amsterdam. Zeker het nieuwe luxe warenhuis Haussmann, dat zich gaat vestigen aan het Rokin in Amsterdam, beweegt zich tegen de stroom in. Of zij zich kan settelen aan de top van de winkelmarkt? Over 20 jaar meten we het resultaat.

Modeketens Thom Broekman en De Rode Winkel zijn donderdag failliet verklaard door de rechtbank Midden-Nederland. Alle 28 bedrijven van moederconcern Profoss Nederland zijn op de fles gegaan. Het faillissement is volgens de curator veroorzaakt door de veranderde marktomstandigheden, waardoor het kledingconcern langzaam is afgegleden. "Het tij keren is onvoldoende gelukt waarna de bank het krediet bevroor en het faillissement onvermijdelijk was".

NU.nl, 15 januari 2015

Niet alleen de warenhuizen zitten in de problemen. Ook veel modische ketens, samen met de warenhuizen toch dé pijlers van winkelen in de binnenstad met een aandeel van 40-45%. De eerste klappen vielen bij de zelfstandige ondernemers in het midden- en kleinbedrijf, met door economische tegenwind weinig vet op het bot. En met blijkbaar een niet meer zo loyale bank. Echter, er gaat bijna geen maand voorbij of ook een (dreigend) faillissement van een gerenommeerd bedrijf wordt aangekondigd. Dat succes in de ogen van de klant daarbij niet automatisch leidt tot economische succes, laat het verhaal rondom Miss Etam zien. In 2013 is de onderneming nog gekozen tot Beste Damesmodeketen in 2013. In april 2015 gaat ook deze formule (bijna) onderuit.

Naast verliezers zijn er ook winnaars. Terwijl verschillende Nederlandse winkelbedrijven failliet gaan, doet een aantal buitenlandse bedrijven het erg goed, ook in Nederland. Inditex penetreert onze markt met Zara, maar ook met Bershka, Massimo Dutti en Pull & Bear. H&M opende in oktober 2014 in Rotterdam met 4.500 m² haar grootste filiaal in Nederland. H&M was in 1995 "the new kid on block" waar ontwikkelaar, belegger en bestuurder zich op wierpen. Nu is dat Primark. Iedere zichzelf respecterende stad en elk regionaal verzorgend winkelcentrum tracht een vestiging van deze formule binnen te halen. De Primark-teller staat op 12 vestigingen. Vrijkomende warenhuizen en omvallende modische ketens bieden kansen. Primark maakt zoveel verschil in het aantrekken van bezoekers, dat gesproken wordt over het 'Primark-effect', met passantenstijgingen van 10% en meer. De doelgroep zijn jongeren, zonder rijbewijs en veelal wel met busabonnement of OV-kaart. Gevolg hiervan is dat aanloopstraten tussen station en Primark een onverwachte economische impuls krijgen. En zich kunnen herpositioneren op deze nieuwe doelgroep. In deze straten geen gordijnen of dierenvoer meer, maar wel de barbershop en een burgerbar.

Niet alles wat uit het buitenland komt is (meteen) succesvol. Abercrombie & Fitch heeft Amsterdam niet gebracht wat ze verwacht en gehoopt had. De hooggespannen verwachtingen kwamen ook niet uit toen zusje Hollister zich in twee Nederlandse binnensteden vestigde. Deze winkels worden in het algemeen ervaren als donker en weinig overzichtelijk. Bovendien worden klanten veelal in het Engels aangesproken. Leuk in Amsterdam, maar daarbuiten op zijn minst vreemd. Waarschijnlijk zag het concern zelf ook dat de Nederlandse markt misschien wat afwijkend is. Of vinden we het gewoonweg niet leuk om in de rij te staan voor een "overpriced sweatshirt". Dat willen we blijkbaar alleen voor Primark-prijzen.

"AGE OF THE CHEAP"

De meest succesvolle ketens van de afgelopen jaren zitten wat betreft prijsniveau aan de onderkant van de markt. De oude helden Zeeman, Wibra en Blokker zijn daarbij in de consumentenaandacht verdrongen.
Action is de nieuwe trekker binnen veel dorpscentra; Primark voor de grotere binnensteden. Maar ook formules als Big Bazar en Euroland kunnen zich in een verzadigde markt prima positioneren.

De Britse luchtvaartmaatschappij EasyJet heeft vorig jaar 6,5 procent meer passagiers vervoerd dan in 2013. Dat maakte de prijsvechter woensdag bekend. In totaal stapten vorig jaar 65,4 miljoen passagiers in een vliegtuig van EasyJet. Die zaten daarmee voor 90,8 procent vol.

NU.nl, 7 januari 2015

Voor deze prijsvechters geen kostbaar omnichannel, maar gewoon het winkelmagazijn op internet met een routebeschrijving naar de fysieke winkel. Goed genoeg voor de consument. Niet alleen bij retail zien we het wegvallen van het middensegment. Deze ontwikkeling zien we ook bij luchtvaartmaatschappijen, de horeca en in de hotelbranche. Ook hier zijn de prijsvechters de sterkste groeiers.

VERSTERKTE SAMENWERKING

Vergelijkbaar met 20 jaar geleden is ook nu de noodzaak tot samenwerking groot. De aanleiding was toen het inhalen van fysieke achterstand. Nu is het gericht op het tegengaan van leegstand en het stimuleren van de functietransformatie en multifunctionaliteit van de binnenstad. Bij het bedrijfsleven bestond altijd de behoefte om gezamenlijk te investeren in de binnenstad. De financiering was een lastige opgave en richtte zich veelal op een eenmalig project of activiteit, waarvoor 'met de pet rond gegaan moest worden'.

Zo'n tien jaar geleden kwamen de ondernemersfondsen op: methoden om collectieve financiering mogelijk te maken. Veel toegepaste methoden zijn: de 'reclameheffing', de gemeente brede OZB-opslag en de Bedrijven Investeringszone (BIZ). Die mogelijkheden zijn niet overal op een zuivere manier toegepast. Soms werden de middelen gewoonweg gebruikt om de gemeentelijke begroting aan te vullen. Daar waar de middelen in beheer werden gegeven aan het collectief van ondernemers, heeft het wél geleid tot collectieve en structurele investeringen in samenwerking en projecten.

Een sterk bestuur van de kant van ondernemers- en vastgoedcollectieven is van groot belang voor het succes van de binnenstedelijke samenwerking. Idealiter bestaat zij uit leden met een grote betrokkenheid bij hun achterban. Daar waar sprake is van gedeelde belangen, trekken partijen samen op. Daar waar sprake is van conflicterende belangen, treden partijen zelfstandig op. 'Agree to disagree' is dan een uitstekende uitgangspositie. Een sterk bestuur borgt de kracht en de waarde van het binnenstadsmanagement. Een sterk bestuur voorkomt een machtspositie of onmisbaarheid van de centrummanager.

TREK NAAR DE STAD

WONEN

Nederland kent krimp- en groeigebieden. De randen van Nederland lopen leeg. Vooral jongeren en hoger opgeleiden trekken weg. Scholen, verenigingen, buslijnen en winkels verdwijnen, zorg voor zieken en ouderen kalft af. Woningen komen leeg te staan en moeten op grote schaal worden gesloopt.
(bron: Rondom10archief.NCRV.nl)

De trek naar de stad gaat evenwel onverminderd door. Vooral jonge, hoger opgeleide huishoudens zoeken hun heil weer in de stad. Dichtbij voorzieningen, zo dicht mogelijk bij het werk. Steden met een historisch karakter en een divers aanbod zijn gewild. Amsterdam, Haarlem, Utrecht. Mensen wonen er graag, waardoor de bevolking er een stuk harder groeit dan in 'nieuwere' steden. Hoogopgeleiden trekken er naartoe en deze steden herstellen zich het snelst van de crisis op de woningmarkt. Toch zijn er grote verschillen, want het lijkt erop dat vooral de 'oude steden' het goed doen, terwijl de oude groeisteden als bijvoorbeeld Almere, Nieuwegein en Houten het lastig hebben. De populariteit van de historische steden is terug te zien in de hogere huizenprijzen. In steden met veel monumenten zijn die over een periode van tien jaar gestegen met 8%. In steden met weinig of geen monumenten was er juist een prijsdaling, van bijna 2% (NOS, 27 mei 2015). Amsterdam, Utrecht en Haarlem lopen voorop in de aantrekkende woningmarkt. In Amsterdam zijn er eind 2014 meer woningen in aanbouw genomen dan de gemeente als doelstelling had. Maar bij gebrek aan concrete ontwikkellocaties voor nieuwbouw groeit ook de aandacht voor nieuwbouw in Rotterdam, Den Haag en de provinciesteden als Den Bosch, Breda en Nijmegen. Property NL kopt op 17 juli 2015 dat er zelfs een dreigend tekort is aan ontwikkellocaties voor woningbouw. De aantrekkende woningmarkt en de focus vanuit zowel consumenten, beleggers als ontwikkelaars op enkele grotere en historische steden, heeft ook een negatief aspect. Voor zowel jongeren als middeninkomens wordt wonen in de stad onbetaalbaar. Met op toplocaties de dreiging van Londense toestanden, waarbij panden worden opgekocht door speculanten en daarna leeg blijven staan. Met "spookstraten" als gevolg.

De SP in Amsterdam wil dat het stadsbestuur maatregelen neemt tegen buitenlandse speculanten die in het stadshart huizen opkopen om ze leeg te laten staan. Huizen hebben, aldus de partij, vooral een woonfunctie. Aanleiding voor zijn vragen is de berichtgeving door Het Parool zaterdag over superrijke buitenlanders die historische binnensteden opkopen en hun oog op Amsterdam hebben laten vallen. De eerste transacties met rijke Chinese en Russische kopers zijn een feit...

Het Parool, 5 augustus 2015

WERKEN

De relatie wonen en werken wordt minder. Mensen wonen niet waar ze werken. Maar werken waar ze wonen. Door internet en werken in de cloud is thuiswerken gemeengoed. En als we elkaar willen zien, spreken we gewoon af bij Starbucks of de Huiskamer Station Den Haag. Flexibele aanbieders van kantoorruimte hebben de zichtlocaties langs snelwegen verlaten. Zij zoeken locaties in de binnenstad, bij voorkeur in de nabijheid van het station. Met gratis een gezonde lunch, lounge bank en jongen met baardje achter de counter.

Toplocaties van werken uit de vorige eeuw langs rijks- en invalwegen hebben het moeilijk. Het zijn de binnenstedelijke locaties en locaties, goed ontsloten per openbaar vervoer, zoals de Amsterdam Zuidas, Amsterdam IJ-oevers, Utrecht Centrumgebied en Den Haag Centrum / Beatrixkwartier, waar de opname van kantoren op niveau blijft en de leegstand op acceptabel niveau. Reclame, marketing, communicatie en media zijn en blijven sectoren die zich graag in binnensteden vestigen. Maar de terugkeer van de maakindustrie naar de stad en binnenstad is bijzonder. Daarbij staat niet de feitelijke productie en distributie centraal, maar juist het creatieve proces. Robotisering en de 3d-printer maken het mogelijk op relatief kleine schaal en op maat te produceren. De binnenstad profiteert van de flux van nieuwe bedrijven en bedrijfjes. Verouderde bedrijfsterreinen in, nabij of met een goede verbinding naar de binnenstad, krijgen een impuls: de noordelijke IJ-Oevers in Amsterdam, de Caballerofabriek in Den Haag en Strijp-S in Eindhoven zijn inspirerende voorbeelden.

WAARDE VAN KUNST EN CULTUUR

Het zijn de centra van de grotere steden die potentie hebben en waar de markt vertrouwen in heeft en houdt. De kracht van deze centrumgebieden zit in het aanbod, zowel kwantitatief als kwalitatief. Niet alleen van het winkelen, wonen en werken maar in toenemende mate ook van het culturele aanbod. Of het nu gaat om kunst in de openbare ruimte, musea, aandacht voor het erfgoed of culturele en kunstzinnige

Wij, de culturele sector, dienen de stad. Wij bieden de stad uniciteit en authenticiteit, omdat kunst en cultuur in verschillende steden niet overeenkomen, waar het winkelaanbod dat wel doet. Wij maken dat de Haagse binnenstad anders is dan de binnenstad van de andere grote steden. Als sector werken wij voortdurend aan het verleiden van inwoners, bezoekers en toeristen om ons fysiek te bezoeken. Digitaal zijn wij goed ontsloten, maar het ter plekke zintuigelijk ervaren van kunst en cultuur kent een dimensie en sensatie die het glazen plaatje niet biedt.

Marco van Baalen, directeur van het Haags Historisch Museum, over de relatie tussen kunst en stad.

manifestaties. Mede doordat centrumgebieden en binnensteden qua winkel- en horeca-aanbod steeds meer op elkaar zijn gaan lijken, is onderscheid op andere kenmerken van belang. Kunst- en cultuuruitingen in binnensteden bieden dit.

Het Amsterdamse Rijksmuseum laat zien hoe we cultuur onder de aandacht van grote groepen mensen kunnen brengen bij hun speciale expositie, gewijd aan Rembrandt van Rijn. Met een half miljoen bezoekers die gewillig in de geplande lange rij staan. Erik van Ginkel, zakelijk directeur van het Rijksmuseum, zegt hierover: ‘Daar in 2035 de wereld nog meer gedomineerd wordt door technologie, neemt de behoefte aan dit soort plekken toe. Voor de normale behoefte aan rust en reflectie kan de nomadische stedeling onder andere een bezoek brengen aan een museum, een concert of een park. In 2035 is het een bewuste keuze van dit soort organisaties om die rol te vervullen. Op dit moment, in 2015 zien wij al dat ons museum mede bezocht wordt vanuit de behoefte aan diepgang. Als we een lezing organiseren, zit de zaal eigenlijk altijd vol. Als ik het vergelijk met winkelgedrag, zagen we vroeger de klanten van de P.C. Hooftstraat in ons museum, nu zien we iedereen. En dat is ook wat we willen. We willen iedereen de ruimte bieden om ons motto ‘gevoel voor schoonheid, besef van tijd’ te ervaren.’

Kunst en cultuur hebben ook een eigenschap die naadloos past in het huidige tijdsgewricht. Zij kunnen zich namelijk voegen op vrijwel iedere plek en ieder gebouw in de binnenstad. Dit biedt eigenaren en vastgoedeigenaren kansen tot alternatieve aanwending van vastgoed, al dan niet tijdelijk. Incubatiemilieus, industrieel erfgoed, mixed-use zones en hotspots behoren nu tot een vocabulaire van iedere medewerker Economische Zaken van een gemeente. En deze voorheen marginale projecten staan nu op de homepage van ieder zichzelf respecterend ontwikkelaar en vastgoedfinancier.

MULTIMODALITEIT

De grote en dus succesvolle steden zetten vol in op leefkwaliteit en weren de meest vervuilende auto’s uit de binnenstad. Ook om minder altruïstische redenen: nieuwbouwplannen moeten

Het weren van auto’s uit de binnenstad heeft natuurlijk ook een positieve kant. Als overheden hard gaan optreden naar bewoners en bezoekers die in een oude, vervuilende en vaak stinkende auto naar de binnenstad komen, is de noodzaak tot het realiseren van goed openbaar vervoer groter. Binnensteden hebben al die klanten toch echt nodig, dus als je een bezoek op een of andere manier frustreert, moet je daar ook een goede, alternatieve oplossing bij bieden.

Sebastiaan de Wilde, directeur Ontwikkeling NS Vastgoed.

gewoonweg voldoen aan de Europese milieuwetgeving. En wanneer het fijnstofgehalte te hoog is, mag er geen vierkante meter functie meer bij. Het beleid om auto’s te weren, leidt tot spanningen bij ondernemers en bestaande vastgoedeigenaren die zich zorgen maken over klantverlies. In tijden van crisis telt tenslotte iedere auto. Door gemeenten wordt volop ingezet op de verdere verbetering van de bereikbaarheid per openbaar vervoer. Vrijwel iedere grote stad werkt aan plannen voor een moderne “OV-hub”, met goed en geschakeld aanbod van trein, bus, tram, metro en fiets. Dit alles met moderne architectuur, aantrekkelijke verblijfskwaliteit station en omgeving, en goed verbonden met het centrum. Ongekend zijn daarbij de investeringen vanuit het Rijk en gemeenten in gebouwde fietsparkeervoorzieningen, en dan voornamelijk nabij de grotere stations in Nederland. Het Ministerie van Infrastructuur & Milieu heeft in 2014 afspraken gemaakt met gemeenten om € 90 miljoen te investeren voor de aanleg van ruim 100.000 fietsparkeervoorzieningen. De gemeenten leggen nog eenzelfde bedrag bij. En vaak nog meer. Utrecht loopt voorop in haar ambities en wil in 2030 circa 30.000 fietsen nabij het station kunnen parkeren. Maar ook Amsterdam (30.000), Leiden (21.000) en Zwolle (17.000) staan voor grote opgaven om de fietsvraag te accommoderen. Ontwikkelingen die deze groei veroorzaken liggen op het vlak van duurzaamheid/milieu, overgang van ov-jaarkaart naar trein- en trajectabonnementen en toename van de e-bike (bron: NS).

Fietsparkeren

AANGESCHERPT OVERHEIDSBELEID

Zo oud als de weg naar Rome, tenminste in tijden van recessie, is de

wens vanuit beleggers, ontwikkelaars en ondernemers richting de overheid om te komen tot regulering en prioritering van het winkelaanbod. Gezien de wildgroei aan plannen en de oplopende leegstand, is dit dus niet gelukt. Het Rijk heeft verantwoordelijkheden betreffende de voorzieningenstructuur gedelegeerd naar de provincies, waarbij sectorale structuurvisies zorg moeten dragen voor een evenwichtig beeld. Maar de provincie heeft traditiegetrouw weinig invloed en macht op het bestuur van haar steden. Zeker niet op de echt grote. Één enkele provincie daargelaten. Of zou het toeval zijn dat drie van de vier kandidaatsteden "Beste Binnenstad 2015" uit die provincie komen die al decennia sterk stuurt op een evenwichtige detailhandelsstructuur? Kortom, detailhandelsbeleid is in 2015 het ondergeschoven kindje van verwaarloosd bestuurlijk Nederland. De droom van iedere speculant en korte termijn ontwikkelaars. De nachtmerrie voor de lange termijn belegger, financier en winkelier. Een kentering in denken en handelen van overheid en markt is echter zichtbaar. In de hoop van betrokkenen dat dit zal leiden tot een economisch gezonde detailhandelsstructuur.

LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJKING

Zorgvuldig ruimtegebruik is het nieuwe paradigma binnen de ruimtelijke ordening en een belangrijk uitgangspunt bij een in oktober 2012 doorgevoerde wijziging in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Hierin is vastgelegd dat de toelichting bij een bestemmingsplan/projectafwijking dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, moet voldoen aan de systematiek van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking'.

De eerste trede van deze ladder heeft als doel na te gaan of de (winkel)vestiging van een functie in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening; het onderzoek mag geen betrekking hebben op economische ordening. De behoefte kan zowel kwantitatief als kwalitatief geïnterpreteerd worden. Centraal daarbij staat de inschatting van de toekomstige vraag, rekening houdend met het te verwachten verzorgingsgebied van de beoogde ontwikkeling. Via de tweede trede moet aangetoond worden of het initiatief redelijkerwijs ook in bestaande lege (winkel)panden gehuisvest kan worden en wat de eventuele effecten van de ontwikkeling op de leegstand zijn. Bij dit laatste gaat het in het bijzonder ook om de invloed van (structurele) leegstand. De laatste trede is alleen van toepassing indien een ontwikkeling buiten het stedelijk gebied plaatsvindt. De zogenaamde 'weidewinkels' worden ook vanuit beleidsmatig oogpunt echter steeds minder populair, waardoor de derde trede in de praktijk niet meer wordt bereikt. Door toepassing van de Ladder voor duurzame verstedelijking lijkt dus het einde voor nieuwe PDV en GDV daar. Wat dus een belangrijke trendbreuk is, gezien de onstuimige groei in de afgelopen 20 jaar.

RETAILAGENDA

Door de nijpende situatie in veel winkelcentra en binnensteden, hebben de retailsector en de overheid (Rijk, provincies en gemeenten) hun verantwoordelijkheid genomen, waarbij zij in het voorjaar 2015 de 'Retailagenda' hebben gepresenteerd. In de retailagenda worden partijen bij elkaar gebracht om samen de detailhandelsmarkt toekomstbestendig te maken.

Dat betekent dat in gebieden waar kansen zijn, deze adequaat gegrepen worden en in de gebieden die boventallig geworden zijn, ingegrepen wordt om meters van de markt te halen. Alle aspecten die met detailhandel te maken hebben, komen in deze agenda aan de orde. Van vermindering van regeldruk tot scholing van winkelpersoneel.

Met 50 gemeenten wordt een "Retail-Deal" gesloten. Gemeenten gaan samen met de lokale stakeholders aan de slag om ook in hun gemeente de retail klaar te maken voor de toekomst.

Minister Kamp van Economische Zaken heeft de Retailagenda gepresenteerd: twintig afspraken voor behoud van de winkelstraten en steun aan de retailsector. Een van de belangrijkste afspraken is dat vijftig gemeenten met lokale ondernemers afspraken maken om de leegstand terug te dringen. Het beslaat een programma van drie jaar. Het is de bedoeling dat de retailsector zich hiermee klaarmaakt voor 2020. Volgens onderzoek van minister Kamp is momenteel zo'n 30 procent van de winkeloppervlakte overbodig en staat 7,5 procent van de winkelpanden leeg. Daarom wordt er als eerste met een proef gestart in een aantal steden, waarin het aantal winkels in de winkelstraat en de leegstand wordt teruggedrongen.

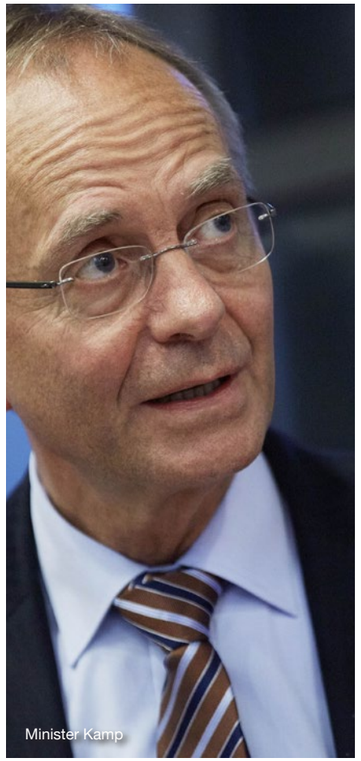
Zo zijn afspraken gemaakt tussen retail en vastgoed om de werking van de huurmarkt op korte termijn te verbeteren. Zij spreken af om een marktconforme huur te hanteren, in plaats van de nu gehanteerde methode op basis van de afgelopen vijf jaar. Daarnaast worden er afspraken gemaakt over de indeplaatsstelling, een bepaling die een ondernemer het recht geeft om bij bedrijfsoverdracht ook de huurrechten over te dragen. Als laatste onderzoeken partijen hoe de investeringsbereidheid in winkelgebieden door zowel de huurder als de verhuurder kan worden versterkt. Ook wordt in de Retailagenda de regelgeving over het combineren van horeca, retail en cultuur versoepeld.

Ondernemers, bewoners en vastgoedeigenaren gaan samen met de gemeenten bepalen welke regels nodig en zijn en welke niet. Dat online winkelen nog belangrijker wordt, is ook een punt in de Retailagenda. Daarom wordt er dit jaar nog gestart met de pilot eID in twee gemeenten en bij enkele webwinkels. De eID wordt voor de burger de opvolger van het DigiD en kan door consumenten ook worden gebruikt voor aankopen online en in fysieke winkels. Het wordt een online identiteit, waarmee consumenten sneller online aankopen kunnen doen.

www.boekblad.nl, 17 maart 2015

Easyjet

Leegstand winkelstraten


Minister Kamp

Albert Heijn vs Jumbo

Autovrije binnenstad

Het Plein, Den Haag

7. DE BINNENSTAD IN 2035

"There are things we know that we know. There are known unknowns. That is to say there are things that we know we don't know. But there are also unknown unknowns. There are things we don't know we don't know. So when we do the best we can and we pull all this information together, and we then say well that's basically what we see as the situation, that is really only the known knowns and the known unknowns. And each year, we discover a few more of those unknown unknowns." Donald Rumsfeld, US Secretary of Defence bij de NATO op 6 juni 2002.

Hoe ziet de wereld er over 20 jaar uit? Wat ligt er in het verschiet voor Nederland? Consumenten? Onze binnensteden? Wat is de invloed van technologische ontwikkelingen, kunst en cultuur? In hoeverre is de overheid is staat om te sturen? Op welke wijze weten retailers, vastgoedeigenaren en andere betrokkenen de ontwikkeling van onze binnensteden vorm te geven? Dit zijn de vragen die we ons stellen. En die we ons ook moeten stellen.

Om te kunnen sturen op ontwikkelingen die zich zullen voordoen. Want we hebben gezien hoe snel de wereld kan veranderen. Met in het kielzog ons land en onze binnensteden.

De drijvende krachten die van invloed zullen zijn op de toekomst van onze binnensteden kunnen geduid worden. Aan de consumentenzijde de vergrijzing, de toenemende vraag naar zorg en de invloed van de medische wetenschap. Maar ook de toenemende aandacht voor duurzaamheid, gezondheid en milieu. Verder de groei van internetwinkelen en de technologie die het mogelijk maken altijd en overal te kiezen uit een wereldwijd aanbod van goederen en diensten. Ongetwijfeld hebben we in het heelal een nieuwe aarde ontdekt, en is John de Mol's Utopia op Mars aan het tweede seizoen bezig. Maar wat betekent Big Data en robotisering voor onze samenleving, en wat is hun invloed op de arbeidsmarkt en onze vrije tijd? Is er in 2035 nog een Euro? Zonder Griekenland, en met de Oekraïne? En zal de grote etnische diversiteit van bootvluchtelingen een welkome verjonging betekenen en de redding voor een dan sappelende Vinex? Hoe ontwikkelt zich de strijd met IS? Heeft Poetin op 83-jarige leeftijd nog steeds Rusland en haar angstige buren in zijn macht? Stelt de 55-jarige Chelsea Clinton zich kandidaat voor het presidentschap? Hebben we toch weer eens het songfestival gewonnen? Wie het weet mag het zeggen. Of mag destilleren uit de zee aan artikelen over deze onderwerpen op internet. Van experts tot postende vloggers.

Ook in deze publicatie doen we een bescheiden poging om de toekomst te schetsen. Gevoed door ervaring, gezond verstand en door experts en sprekers op het jubileumcongres van SSM Retail Platform en het Platform Binnenstadsmanagement. Over 20 jaar kunnen we teruglezen of we op de goede weg zitten. Of ons compleet geestelijk hebben laten verdoven door de 1 miljoen Google-hits over dit onderwerp.

HOWARD SAUNDERS, VIEW OF 2035

Firstly, I call myself a Retail Futurist because that's what I do: I worked in retail design for over 20 years and now I track trends internationally to help build a picture of how things are likely to develop. Shops, and therefore our towns and cities, are in a state of flux as never before. New technologies have given rise to new consumer behavior and we are just beginning to see the consequences of this. Secondly, I must also declare that I am an optimist. So, to take the serious issues head on I believe we will largely overcome the threat of climate change and whilst terrorist groups will multiply and become ever more dangerous, I believe, as the figures prove, we will continue to live in a more peaceful society than ever before. I believe that since the financial crash, our towns and cities are experiencing a renaissance. Paradoxically, in this digital age we are rediscovering the importance of community and this has to be great news for the future.

Cities are ultimately places for the exchange of ideas. They are, and always will be, 'hubs' for the young and ambitious who want to change things or simply feel close to the centre of the universe. In mature democracies our cities are at the beginning of an age of enlightenment: we are learning how to regenerate broken spaces, learning to love our heritage and history and coming up with ever more inventive ways to make spaces alive and vibrant. The good news is that retail is now seen as a catalyst for this. Architects and town planners who once preferred a purist vision of civic buildings and green spaces are learning how select retail can bring colour and life to a space. So, in 2035 we can expect our global cities to have many more communal spaces, urban parks, oases, event spaces and arenas where people gather for fashion and food shows, markets, theatre, performances and promotions of all kinds. The marriage of commerce and culture will be a much more comfortable one with big companies wanting to benefit from the warm glow of community. Parts of our city centres will be 'ring-fenced' and better managed with branded cleaners and security staff paid for by corporate sponsorship.

I may be a futurist and an optimist but I'm also a realist. There will be no shortage of issues to worry us. Health scares will increase in frequency and give rise to ever more niche, restrictive diets, which in turn will require niche food operators and diet specialists. For insurance purposes we will all be expected to monitor our own health much more closely with our personal devices and medicine will become bespoke. We will not all be commuting in our driverless cars, nor will the sky be thick with drones delivering parcels. Driverless cars will only be used in highly managed epicentres of our cities, and even then they will be restricted to under 40 kph. Drones will be used mostly for surveillance, security, crowd control at events and emergency deliveries. Politics will continue to be a bumpy and reactionary road but the incremental move away from post war socialism

will continue as we learn better how to manage our economies and reduce state dependency. As for the mix of stores and shops, we are at the beginning of some big changes on the high street. I would expect to see a much more polarized picture: big, glamorous fashion flagships in our major cities, alongside niche independents. Many department store brands will have disappeared making way for 'click & collect' centres run by new brands to the high street that made their names online, including players such as Amazon. Rents will flex to encourage start-ups to join the fun and I'd expect to see much shorter leases and increased turn around bringing new brands into the market more frequently. Stores will become brand showcases, arriving in a town for a few weeks at a time before moving on. Technology will make them much more informative showing us how and where things are made and how we can customize them.

Out of town and edge of town supermarkets will have become value warehouses selling only on price. Smaller, high-end food brands will sell groceries in town but with a much greater focus on good quality take away meals. Banks will have disappeared. After several decades that saw our venues for cinema and theatre gradually get smaller and more intimate, we will see the resurgence of big, communal venues of a thousand plus: the increasingly bespoke nature of our entertainment will see us cherish big, communal events again and enjoy feeling part of a big crowd.

Advertising will become highly targeted and individually bespoke. City billboards will be interactive, talking to passers-by in real time, offering them specific promotions and opportunities. Our favourite stores and brands will be our personal 'clubs', inviting us to previews and events in return for holding all our personal information so that cash and credit cards will become almost obsolete. Payment technology will become invisible with fingerprint recognition widespread. Privacy will be an even bigger issue than ever before as we become a more monitored society. 'The internet of things' will bring us bespoke service and better information... but at the price of much greater surveillance. Our mobile devices will be critical for us to access services and information of all sorts, but they will also restrict us from 'buying that last drink' or driving above the legal speed limit. In short, we will be both better served and much more restricted.

Voice responsive operating systems will see the end of the keyboard on our mobile devices but this may give new life to the Google Glass, or equivalent, as we will need to hear our OS responses from either an earpiece or from the arm of a pair of glasses. We will continue to be 'moths' ie. screen focused, but screens are likely to be soft, malleable, expandable and much more comfortable to carry, or even to wear, than today's hardware.

Demografische ontwikkelingen zullen van grote invloed zijn op de toekomst van onze binnensteden. In ieder geval is evident dat Nederland nog maar een beetje zal groeien, sterk zal vergrijzen en verder zal verstedelijken. Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) verwacht in 2035 circa 17 miljoen inwoners, met een stabilisatie in de jaren daarna. Het zijn niet zozeer de Nederlanders, maar juist de nieuwkomers die er voor zorgen dat onze voorzieningen op niveau blijven, met vraag naar nieuwe diensten en goederen. Het aantal eenpersoonshuishoudens is sinds 2015 met een miljoen toegenomen tot 3,5 miljoen. Als gevolg van medische en technologische ontwikkelingen worden we ouder en blijven we langer gezond. Dit betekent ook dat we langer kunnen en moeten doorwerken.

De kinderen die omstreeks 1995 geboren zijn, zijn in 2035 de beslissers binnen bestuur en bedrijven. Het zijn de oude Hipsters, de zzp-ers, de delers, de flexers die sturing geven aan de politiek en de economie. Deze generatie is gewend om te delen. Een eigen auto is geen statussymbool. Een collectieve woon/leefgemeenschap met vrienden en gelijkgestemden wel. Zorg, ook om je ouders, is een gedeelde last die collectief wordt ingekocht op een markt waar de overheid zich verder uit heeft teruggetrokken. Zeker ten aanzien van de kapitaalkrachtigen.

In 2035 is er een sterfteoverschot in plaats van een geboorteoverschot. En komen de opgebouwde vermogens vrij van de hypotheekvrije woningen van ouders en kinderloze ooms en tantes, inclusief hun pensioengelden en beleggingsdrang uit de jaren 1990 / 2000. Dit gecumuleerd vermogen biedt nazaten de mogelijkheid te investeren in een betere kwaliteit van wonen en leven. Via Crowdfunding wordt schaars stedelijk groen veilig gesteld. Prijzen van woningen in binnensteden lopen op. Maar niet al het opgebouwde vermogen valt het gelukkige individu toe. De overheid houdt via een verhoogde erfbelastingheffing de collectieve zorg betaalbaar en zekert dat Nederlanders op hun 75e recht hebben op AOW. Mits met een eigen vermogen en pensioen onder een normbedrag.

De mens is een sociaal wezen. "Eenzaamheid" is een groot maatschappelijk probleem. De huisrobot zorgt voor aanspraak voor de hoog-

Generatie Y (geboren in de periode 1980 - 1994). Dit wordt ook de grenzeloze generatie of Einsteingeneratie genoemd. Ze groeiden op in een decennium van terreurdreigingen, milieuproblemen, maar ook economische welvaart en de digitale revolutie. Ze zijn zelfverzekerd, authentiek en creatief, maar ook vaak lui. Hun ouders ruimen problemen voor hen uit de weg (achterbankgeneratie). Recent hebben ze te maken met nieuwe onzekerheden op de arbeidsmarkt door de aanhoudende economische crisis.

Uit: Veranderingen in relatie- en gezinsvorming van Generatie X naar Y. Demografische profielen van 30-jarigen naar geslacht en opleidingsniveau, CBS, 2014

bejaarde en controleert gemoed en gezondheid. De zorgrobot staat de hulpbehoevende en zieke terzijde. Voorkomen van eenzaamheid is big-business. Met gezamenlijke woonvormen, bijeenkomsten voor gelijkgestemden en events voor jong en oud. Waar ondernemers in de vorige eeuw nog de ouderen kon mijden, is het binnenhalen van kapitaalkrachtige senioren nu noodzaak. Waarbij de oude hipster ook welkom wordt geheten. Zie ook: ***https://youtu.be/fHJNouE-bVhE***

De Wheel of Retail is als gevolg van technologische ontwikkelingen nog sterker gaan draaien. Internetwinkelen heeft een stabiel marktaandeel van 15% en heeft de scheiding tussen winnaars en verliezers groter gemaakt. Verliezers zijn de middle-of-the-road modische formules met weinig tot geen onderscheidend vermogen ten opzichte van internetaankopen. Winnaars zijn de grotere hybride formules die aanwezig zijn in onze top 25-winkelsteden, alsmede de prijsvechters/discounters in de kleinere steden en stadsdeelcentra. Opvallend is de standvastigheid van enkele grotere modische mkb-ers in het wat hogere marktsegment. Deze ondernemers richten zich op de oudere doelgroep. Waarbij service, dienstverlening en persoonlijke aandacht centraal staan.

DE FLEXIBELE EN HYBRIDE STAD

De kloof tussen arm en rijk is groter geworden. Wereldwijd, maar ook binnen Europa en Nederland. De Neuro & Zeuro is een gegeven. De economie draait nog steeds op meerdere snelheden. Het winkelbestand is fors uitgedund. Zoals altijd zijn er winnaars en verliezers. Winnaar is op de eerste plaats de grotere binnenstad met een grote diversiteit van winkels, vermaak, wonen en beleving. Een plek waar altijd iets te doen is. Waar je jong bent. Of je jong voelt. Flexibilsering in denken en handelen van ondernemers, gekoppeld aan flexibilisering van bestemming, contractvorming en gebruik van het vastgoed, zorgen er voor dat de binnenstad altijd in beweging is en zich steeds vernieuwt. De centrummanager van weleer is nu eventmanager: circusdirecteur van een levendig theater. De binnenstad biedt ruimte aan hybrideformules met een mix van retail en horeca, waarbij verblijfswaarde centraal staat. Werd in 2015 het binnenstedelijk aanbod nog getypeerd door eenvormigheid, in 2035 draait alles om variatie. Filiaal- en grootwinkelbedrijven zijn nog dominant aanwezig, maar veel minder zichtbaar. Juist kapitaalkrachtige bedrijven weten zich wat betreft uitstraling, collectie en marketing steeds en snel te vernieuwen. Beleggers weten flexibele huurcontracten op maat te bieden. Waarbij succes en falen van eigendom en exploitatie door middel van omzethuren geborgd is.

Naast de meestal uniforme ketenbedrijven, treffen we in de binnenstad ook specialisme. De hebberigheid voorbij zijn er ondernemers die doen wat hun hart hen ingeeft. Met liefde, passie en bevlogenheid zien we zelfstandige ondernemers een enkele winkel of kleine keten exploiteren. De moving-kitchen-zzp-er van 20 jaar geleden heeft nu een vriendenbedrijf en vinden we in de plint van grotere wooncomplexen, in de hotspots en bij events. Het pandjeshuis heeft een nieuwe dimensie gekregen: niet vanuit armoede, maar vanuit overdaad doen mensen tijdelijk afstand van goederen. Marktplaats transformeert Rotterdam-Alexandrium tot Second Love.

De grotere dorps- en wijkcentra hebben een revival ondergaan. Lekker compact en dichtbij. Gemakkelijk bereikbaar en volop ruimte voor de e-bike en deelauto. Big data en @-vies ten spijt, blijken menselijk contact en persoonlijk contact van grote waarde voor de verouderde en vereenzaamde bevolking. Inpakken en een hartelijk woord. Echte interesse. Geen gemaakte.

VERVLECHTING

Stedelijkheid staat voor verwevenheid van functies als retail, horeca, vrijetijd, cultuur en niet materiele aspecten als comfort, emotie en beleving. In 2035 zijn commercie, onderwijs, kunst en cultuur verder vervlochten. De overheid heeft zich teruggetrokken uit de culturele sector: privaat denken en handelen domineert. Niet het denken uit de vorige eeuw, maar wel die van de nieuwe generatie. Kunst en cultuur mogen zich daarbij verheugen in een grote populariteit. Het ervaren van kunst en cultuur appelleert aan het gevoel van bezinning, zingeving en zelfreflectie. Musea worden meer open, worden van iedereen, met aanvullende activiteiten voor jong en oud. Onderwijs en musea hebben de handen ineengeslagen. Succesvolle retail- en horecaformules weten musea te vinden. En omgekeerd.

> Het zijn juist musea, zowel de historische als de moderne, die maken dat een stad juist díe stad is. Daar waar kunst, cultuur, stedenbouw en architectuur bezocht, bekeken en ervaren worden, maken deze zaken de betreffende stad uniek en authentiek. Daarmee wordt kunst en cultuur steeds meer een marketinginstrument voor de stad. Vooral die behoefte aan integratie en verbinding in relatie tot authenticiteit en uniciteit zal de nabije toekomst van de stad kleuren. En in hoeverre mensen inderdaad in toenemende mate in de stad willen wonen of de rust daarbuiten opzoeken, zal de tijd leren. We kunnen wel trends doortrekken, maar vaak genoeg hebben we gezien dat dingen anders gaan als gevolg van onvoorziene omstandigheden of gewoon, omdat we ons vergist hebben. De toekomst is verbinden, mengen, integreren, onderscheiden. Vermaatschappelijking van overwegingen in het algemeen wordt belangrijker. Dat gaat in toenemende mate om meer dan geld.
>
> ***Marco van Baalen, directeur Haags Historisch Museum***

MOBILITEIT

Bereikbaarheid van de binnenstad is in 2035 een non-issue. De consument krijgt via Google Maps gedetailleerde informatie op welke snelste, goedkoopste en milieuvriendelijkste manier hij/zij zich van “huidige locatie” naar “adres” kan bewegen. En passant meldt zij dat het slijtagepercentage van je spijkerbroek de design-norm heeft overschreden, met daarbij een

verzekeraars-alert dat omwille van cholesterolgehalte en oplopende verzekeringspremie 500 voetstappen sterk gewenst zijn. Monofunctionele stations en parkeergarages in de grotere steden zijn verworden tot mobiliteitscentra waar alle vormen van vervoer worden aangeboden: trein, bus, tram, deelauto en e-bike. Met één reisinformatiesysteem, één oplaadsysteem en één betaalsysteem. Contactloos betalen in 2035? Google heeft toch net je trip van huiskamer, e-bike, vriendin, station, frappechino, deelauto, internetaankoop en work-fit gemonitord? En verrekend met je basisinkomen?

Stedelijke voorzieningen zijn wettelijk verordonneert multifunctioneel in gebruik. En bieden op dalmomenten ruimte voor events, met op het dak in de zomer een citylounge. Het verdienmodel van openbaar vervoer is niet het laten rijden van trein en bus maar het voorzien in consumenten- en reizigersinformatie. Met op maat gesneden koopadvies. NS en gemeente Utrecht hebben de kennis en handen ineengeslagen en zijn wereldwijd de grootste private speler van fietsconcepten en -diensten.

De binnensteden zouden over 20 jaar zomaar autovrij kunnen zijn. Misschien is dat nu nog moeilijk voor te stellen, maar we gaan toch echt die kant op. De ruimte is hard nodig. En juist dan wordt het belang van goed openbaar vervoer belangrijker, omdat mensen de binnenstad wel willen bereiken.

Visie op mobiliteit in 2035, Sebastiaan de Wilde, directeur Ontwikkeling NS Stations

LEVEN IN DE BINNENSTAD

Wonen in de binnenstad, zowel grote als kleine, is populairder dan ooit en vult in hoog op tempo leegvallende panden. Stedelijke bedrijfsterreinen en monofunctionele kantoorgebieden hebben een gemengde bestemming en bieden in een organische opzet ruimte aan campus, collectieve woon-/werkcomplexen en op maat gesneden pocketparks. De parkeervergunning voor straatparkeren, heeft plaatsgemaakt voor een leeferf met deelblik, opgeborgen in centraal gelegen garages. Institutionaliseren van de deeleconomie heeft geleid tot een ander behoeftepatroon. Hierbij heeft de droom van een vrijstaande woning plaatsgemaakt voor de wens naar een beknopt stadsappartement, gecombineerd met een timeshare ‘gite’ op het Franse platteland. De Blauwe Stad in Oost-Groningen is getransformeerd van mislukte luxe woonwijk tot grootste woonbotenhaven ter wereld. Die, samen met Giethoorn, massaal door Chinezen wordt bezocht.

De alweer in 2018 in kracht getreden omgevingswet heeft de functiemenging van de stad sterk gestimuleerd. Deze wet heeft een revolutionaire verandering teweeggebracht als het gaat om wet- en regelgeving voor binnenstedelijke ontwikkeling. Gemeenten zijn verplicht een omgevingsvisie op te stellen met een op maat gesneden profiel, waarbij nadrukkelijk wordt gekeken naar de kracht van het geheel en niet naar een individuele functie. De omgevingsvisie wordt gebruikt als kader voor een integrale aanpak van de binnenstedelijke ruimte, bebouwd en onbebouwd. Het gaat dan om een integrale visie op het gebruik van gebouwen (functiemix), de openbare ruimte (terrassen, reclames), beeldkwaliteit (welstand) en milieukwaliteit (voorkomen van hinder). Overheid en marktpartijen zijn beiden verantwoordelijk voor het opstellen en de uitvoering van de omgevingsvisie. Samenwerking moet. En loont. De genomineerden voor ”Beste Binnenstad” 2035 scoren allen juist op dit aspect.

Duurzaamheid staat bij stedelijke ontwikkeling centraal. CO2-neutraal, milieu vriendelijk, cradle to cradle. Het is zo gewoon als kraanwater. Er mag alleen gebouwd worden wanneer aantoonbaar is dat hergebruik van vastgoed geen optie is en dat bij nieuwbouw voor tenminste 95% gebruik wordt gemaakt van bestaande materialen. En wanneer het nieuw gebouwde ook herbestemd kan worden.

De druk en aandacht vanuit vastgoed ligt niet op nieuwbouw in de periferie, maar op verbouw van binnenstedelijk vastgoed. Daarbij is niet het verkrijgen

We moeten nieuwe (binnen)stedelijke woonvormen bedenken en ontwikkelen! Doordat de druk op de woningmarkt toeneemt, is het gevaar dat ook dán mensen met een lager inkomen uit de stad weggedrukt worden door mensen met een hoog inkomen. Dat moeten we voor zijn. Nu al, maar zeker over 20 jaar willen ook jonge starters, alleenstaanden, jonge gezinnen, studenten, empty-nesters - en eigenlijk alle onderscheiden woongroepen - voor een groot deel in de stad wonen. Dat moeten en kunnen we faciliteren door onze woonvormen daarop aan te passen.

De binnenstad moet voor iedereen zijn en gaat bovendien een andere functie vervullen. Het wordt in toenemende mate een plek die gebruikt wordt als woonomgeving. De nieuwe stedelingen worden ‘nomadische stedelingen’, die de stad gebruiken als huiskamer. Een belangrijke nieuwe stedelijke woontypologie is een compact, fijn en compleet appartement(engebouw), die in een hoge dichtheid gebouwd worden in de binnensteden. Ze dragen de naam: XS Deluxe. Een aantal voorzieningen wordt gedeeld, zoals bijvoorbeeld de auto, kookstudio, collectieve energieopwekking of een gemeenschappelijke wasserette. De XS Deluxe appartementengebouwen zijn erg duurzaam, omdat ze door hun compactheid en door het delen van voorzieningen minder gebruik maken van energie, ruimte en materiaal. Op deze manier is er straks voor iedereen plaats in de stad en blijft de stad een leuke plek om te wonen. ‘Be happy’ wordt de boodschap. Als we de ‘koek’ door onderzoek, ontwikkeling en innovatie groter maken, kan iedereen mee-eten. Dat is een andere invalshoek dan dat de koek verdeeld moet worden en de één er een groter deel van te pakken weet te krijgen dan de ander.

Deze (levens)houding is eveneens typerend in de toekomst. We zien nu in Nederland al duidelijk een aanzet hiertoe en ook die ontwikkeling zal naar verwachting toenemen.

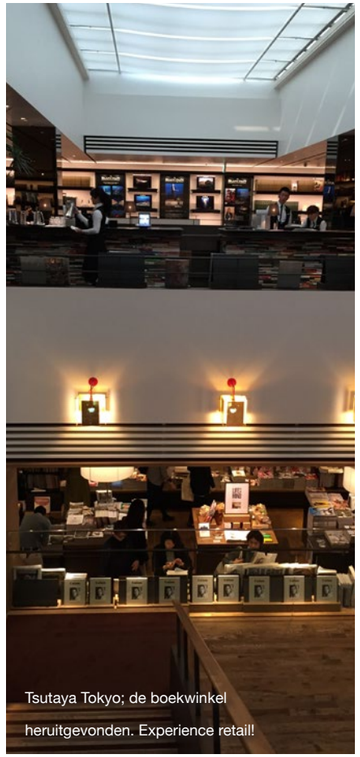
Wonen in 2035, Tobias Verhoeven, adjunct-directeur Synchroon

van ontwikkelrechten op gronden van belang, wel die van leegstaande gebouwen. Bij voorkeur met bodemverontreiniging, asbest en verouderde zonnepanelen. Dit zijn namelijk extra treden op de ladder van duurzame verstedelijking 2.0. Waarop de app-tenaar van provincie Zuidvleugel toetst.

BINNENSTADSMANAGEMENT IN 2035

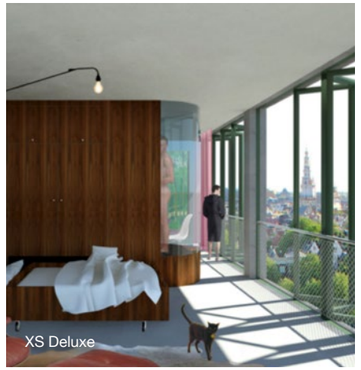
Rest de vraag: wie stuurt in 2035 op gewenste binnenstedelijke ontwikkelingen? Over 20 jaar is het houtje-touwtjes centrummanagement uit de jaren negentig getransformeerd tot een volwaardig binnenstadsbedrijf waar het collectief van ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente een aandeel in heeft. Het bedrijf bedient de collectiviteiten, waarbij op basis van een vastgesteld bedrijfsplan projecten en activiteiten uitgevoerd worden. Dat gaat over de programmering van de binnenstad; wat is er wanneer en waar te doen? Dat gaat over marketing, promotie en arrangementen. Ook het beheer van de binnenstad is handen van het binnenstadsbedrijf. De overheid heeft het wensbeeld geformuleerd op het gebied van schoon, heel en veilig, maar het binnenstadsmanagement draagt zorg voor resultaat. Door de sterke menging van functies en de snel wisselende aanbieders, is management op kwaliteit en attractiviteit ten behoeve van de bezoeker belangrijker dan ooit. De coördinatie op het gebied van binnenstedelijke mobiliteit is een uitvoeringstaak van het binnenstadsmanagement.

Bereikbaarheid per auto, fiets en openbaar vervoer is een attractiefactor van de binnenstad, dienstbaar en servicegericht ingericht voor de bezoeker. Alle big data over gebruik en functioneren van de binnenstad zijn beschikbaar. Met deze gegevens worden de effecten van beleid, projecten en acties gemonitord en worden individuele ondernemers en eigenaren gericht gevoed met informatie over consumententevredenheid. Waarop vervolgens assortiment, formule, in-store-pop-up-events en loyaliteitsacties worden bepaald.
Eindelijk volwassen.


Tsutaya Tokyo; de boekwinkel heruitgevonden. Experience retail!

Oculus Rift - Virtual Reality

Amazon pop-up store


XS Deluxe

Digitale shop assistant - Tsutaya Tokyo

Hipster op leeftijd

COLOFON

Publicatie in het kader van het congres:
“2035: What’s in Store”: De binnenstad in 1995 - 2015 - 2035

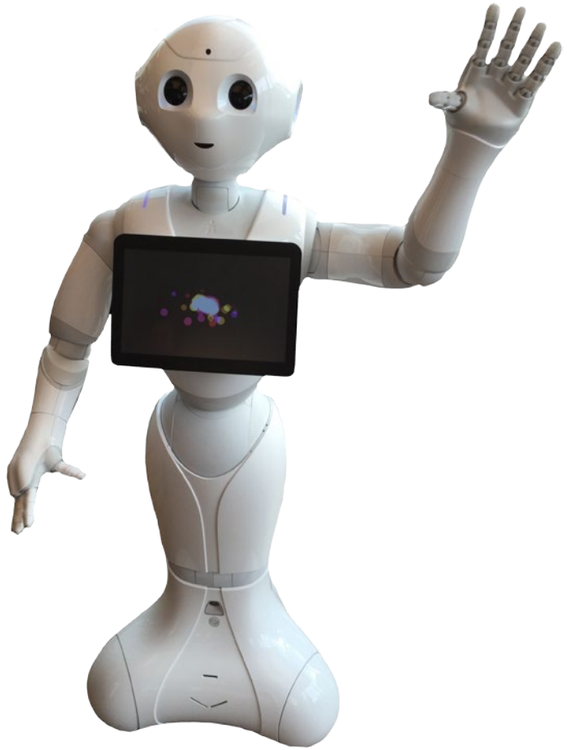
OPDRACHTGEVERS:
SSM Retail Platform en Platform Binnenstadsmanagement

OPSTELLERS & SAMENSTELLING PUBLICATIE:
SSM Retail Platform en Platform Binnenstadsmanagement
onder hoofdredactie van Hans Broekman

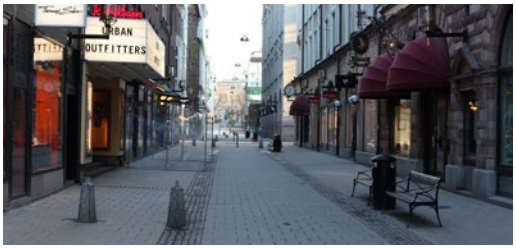
INHOUDELIJKE BIJDRAGEN VAN:
Marco van Baalen
Howard Saunders
Jorine de Soet
Tobias Verhoeven
Sebastiaan de Wilde

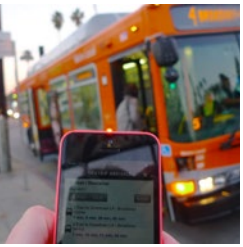
EINDREDACTIE:
Renske Schut Tekst & Fotografie

VORMGEVING:
2CREATE DESIGN



platform 20 1995-2015 jaar binnenstads management





40 JAAR ssm Retail Platform