



Uitdagingen om tot een 'gezond' retailaanbod te komen

# Hoe nu verder met de middelgrote stad?

Locatus

## De middelgrote stad heeft het zwaar.

De middelgrote stad heeft het zwaar. De winkelfunctie die het van oudsher altijd heeft gehad, is tanende. De leegstand is hoog: van elke acht panden staat er één leeg.



In de middelgrote steden ontbreekt inmiddels het uitgebreide aanbod voor vergelijkend winkelen en ook de beleving van de binnensteden is vaak ver te zoeken. Voor het funshoppen worden de middelgrote steden daarom steeds vaker overgeslagen. Voor het doelgerichte winkelen ondervinden de middelgrote centra concurrentie van het internet en van de wijk- en buurtcentra.

Het gevolg is dat het winkelaanbod op deze plekken sterk onder druk staat met leegstand tot gevolg. De vastgoedmarkt is van karakter behoorlijk inert, dus die leegstand is niet zo maar weg.

In deze whitepaper gaan we nader in op de uitdagingen van deze middelgrote stad en vragen we belanghebbenden naar hun visie.

## Profiel middelgrote stad

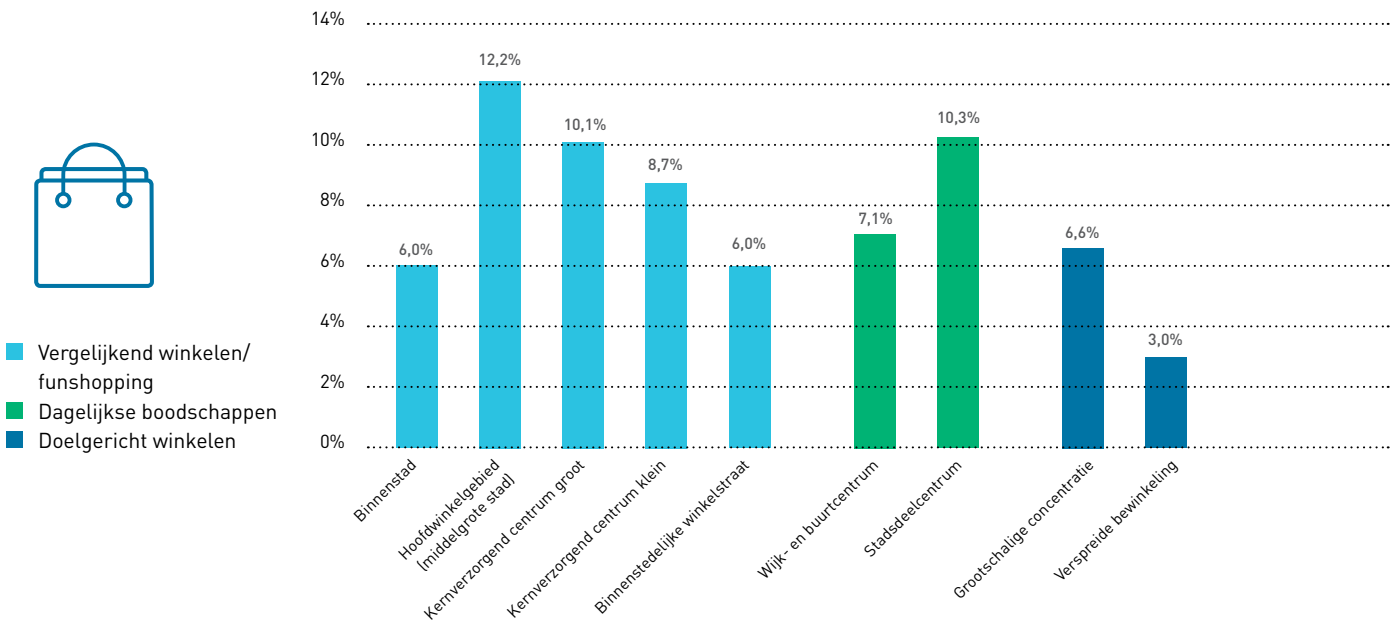
De middelgrote stad in Nederland heeft een inwoneraantal tussen de 40.000 tot 100.000. Dit zijn steden als Bergen op Zoom, Den Helder, Heerlen, Kampen, Middelburg, Oss, Sittard, Venlo en Zeist.

Deze steden hebben veelal nog steeds een redelijk compleet voorzieningen- en winkelaanbod en adequate eigen werkgelegenheid. Meestal niet alleen voor de eigen inwoners, maar ook voor inwoners van omliggende dorpen. Maar juist deze voorzieningen, inclusief het eigen retailaanbod, staan steeds meer onder druk.

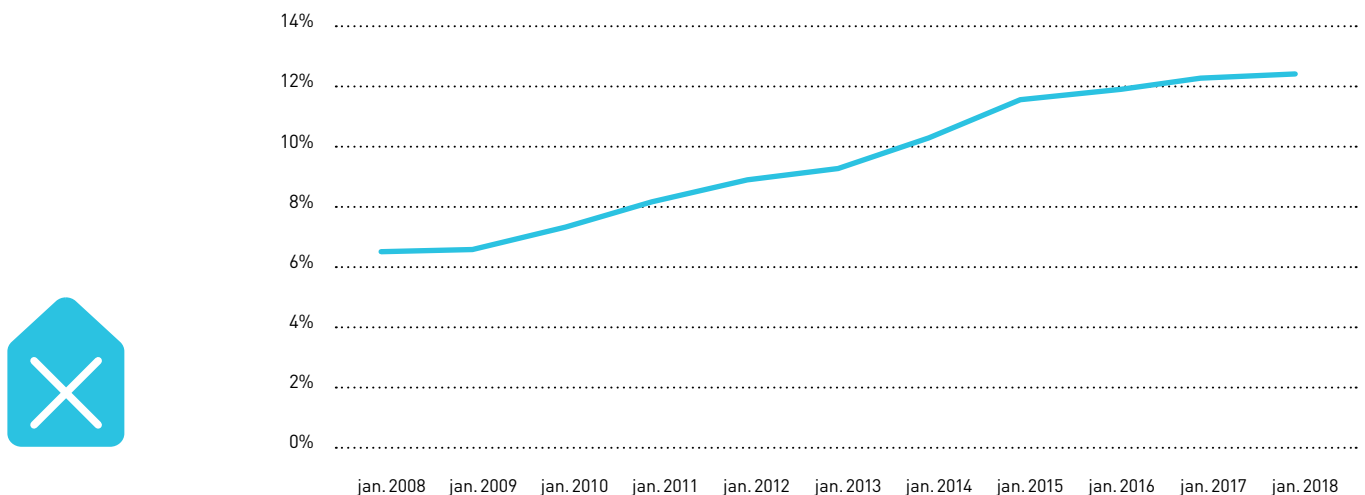
Vaak door het ruimere aanbod van grote steden in de nabijheid. Én door het veranderde koopgedrag. (zie ook onze [whitepaper Generatie Z](#) voorspelt de toekomst van het consumentengedrag).

In de trendanalyses uit de Locatus database blijkt dat het met de leegstand op heel veel plekken (zie tabel 1) beter gaat, maar *niet* in de centra van middelgrote steden. Hier blijft de leegstand op een ongezond hoog niveau. De afgelopen 10 jaar zagen we de leegstand in dit type winkelgebied alleen maar stijgen. Alhoewel ook hier de toename nu lijkt af te vlakken (zie tabel 2).

Tabel 1 Leegstand per type winkelgebied



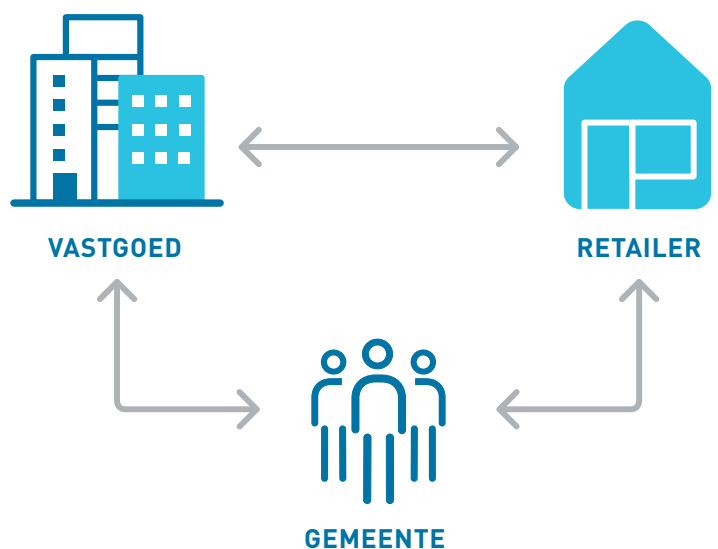
Tabel 2 Leegstand hoofdwinkelgebieden



## Het probleem is duidelijk, maar hoe los je dit op?

Over de oplossing is men het in grote lijnen eens. Het winkel-aanbod in de middelgrote steden dient af te nemen. Er zijn gewoon minder 'functies' die verkoop- of etalageruimte nodig hebben in dit soort steden. Daarbij is het belangrijk om 'cariës' te voorkomen. Het is niet aantrekkelijk om elke keer langs leegstaande winkelpanden te lopen. Vul daarom de panden in het centrum op, en snij iets van het aanbod af aan de rand van de stad. Dat lijkt de meest ideale oplossing.

Samenwerking tussen gemeente, vastgoedpartijen en retailers is hierbij van cruciaal belang. Op papier een duidelijke zaak, maar hoe werkt het in de praktijk? We besloten daarom eens bij een middelgrote stad langs te gaan, en met verschillende partijen te praten. Hoe zien zij de toekomst van hun stad?



Vul de panden in het centrum op, en snij iets van het aanbod af aan de rand van de stad. Dat lijkt de meest ideale oplossing.



# Neem Zeist...

Waarom juist Zeist als voorbeeld? Zeist ligt niet in een krimpregio en heeft een leegstand die rond het gemiddelde van de middelgrote steden ligt.

## Winkelprofiel van de gemeente Zeist

Zeist is een plaats en gemeente in het midden van de provincie Utrecht. De gemeente telt ruim 63.000 inwoners en heeft een oppervlakte van bijna 50 km<sup>2</sup>. De historische gemeente kent daarnaast een viertal kleinere kernen (dorpen): Den Dolder (met het bekende Soesterberg), Bosch en Duin, Austerlitz en Huis ter Heijde. Grenzend aan Zeist liggen de gemeenten Bunnik, Woudenberg, Amersfoort, Soest, Baarn, De Bilt en Utrecht. Zeist – dat vanwege zijn vele natuurschoon een 'groene gemeente' wordt genoemd – is onder meer bekend door Slot Zeist, dat teruggaat tot het einde van de 17de eeuw.

Met 63.000 inwoners behoort Zeist dus tot de categorie middelgrote steden. Zeist heeft niet alleen de gemiddelde leegstand van de middelgrote stad, maar is ook een goed voorbeeld van een gemeente die concurrentie heeft van naastgelegen binnensteden. In het geval van Zeist zijn dit Utrecht (ruim 340.000 inwoners) en zeker ook Amersfoort (ruim 150.000 inwoners).

Zeist is historisch altijd een welvarende gemeente geweest en is dat nog steeds. Dat weerspiegelt zich ook in het winkel-aanbod gedurende de afgelopen twintig jaar. De crisis is hier net als in de meeste steden een keerpunt. In eerste instantie zien we nog groei in winkelpanden en winkelmeters. Plannen zijn immers niet zomaar te stoppen. Maar dit bracht gelijk ook een toename in de leegstand met zich mee.

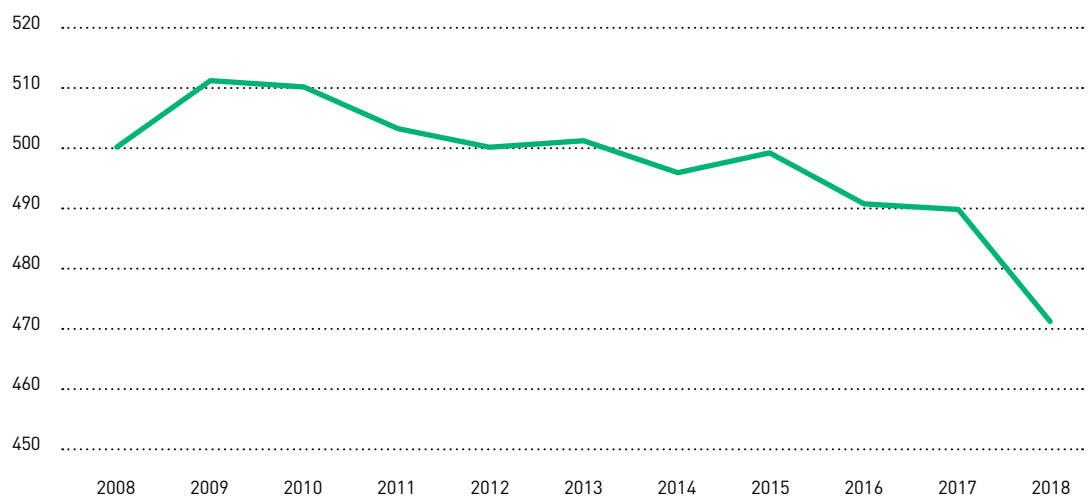


In 2018 is het aantal winkelpanden in Zeist gedaald naar 471, terwijl de leegstand is gestegen naar 11,9%. In acht jaar tijd zijn in Zeist 40 winkelpanden verdwenen (van de markt gehaald en/of getransformeerd) met een totaal oppervlak van 7.000 m<sup>2</sup>.

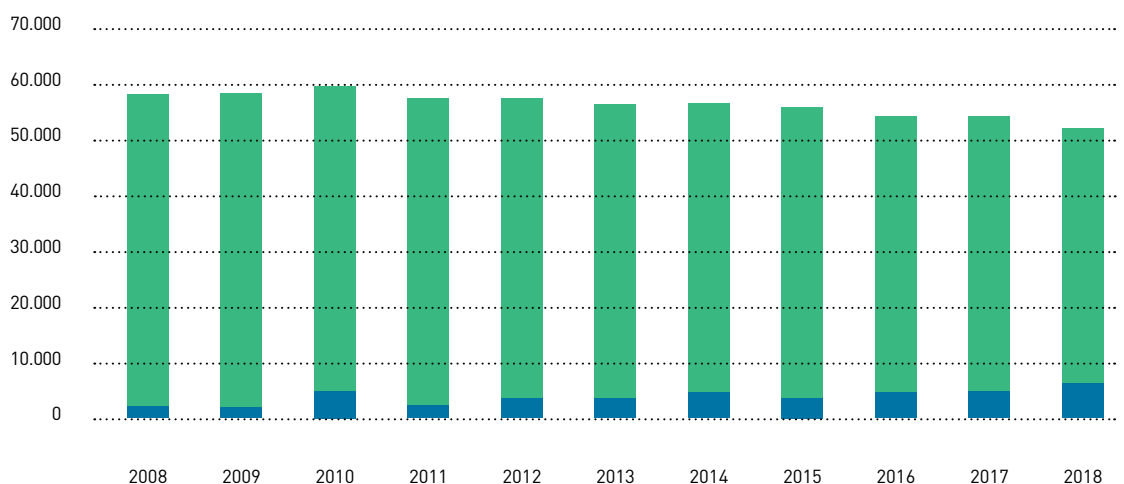
De toegenomen leegstand in de gemeente wordt met name veroorzaakt door het winkelcentrum Belcour en het leeggekomen V&D-pand in het centrum. In dit pand was weliswaar met Hemarkt tijdelijk voor invulling gezorgd, maar na het vertrek van Hemarkt vorig jaar staat het weer leeg. Het wachten is nu op een nieuwe retailer of een andere bestemming.



Totaal aantal verkooppunten Zeist



Winkelverkoopvloeroppervlakte detailhandel Zeist



- Winkelverkoopvloeroppervlakte gevuld
- Winkelverkoopvloeroppervlakte leeg

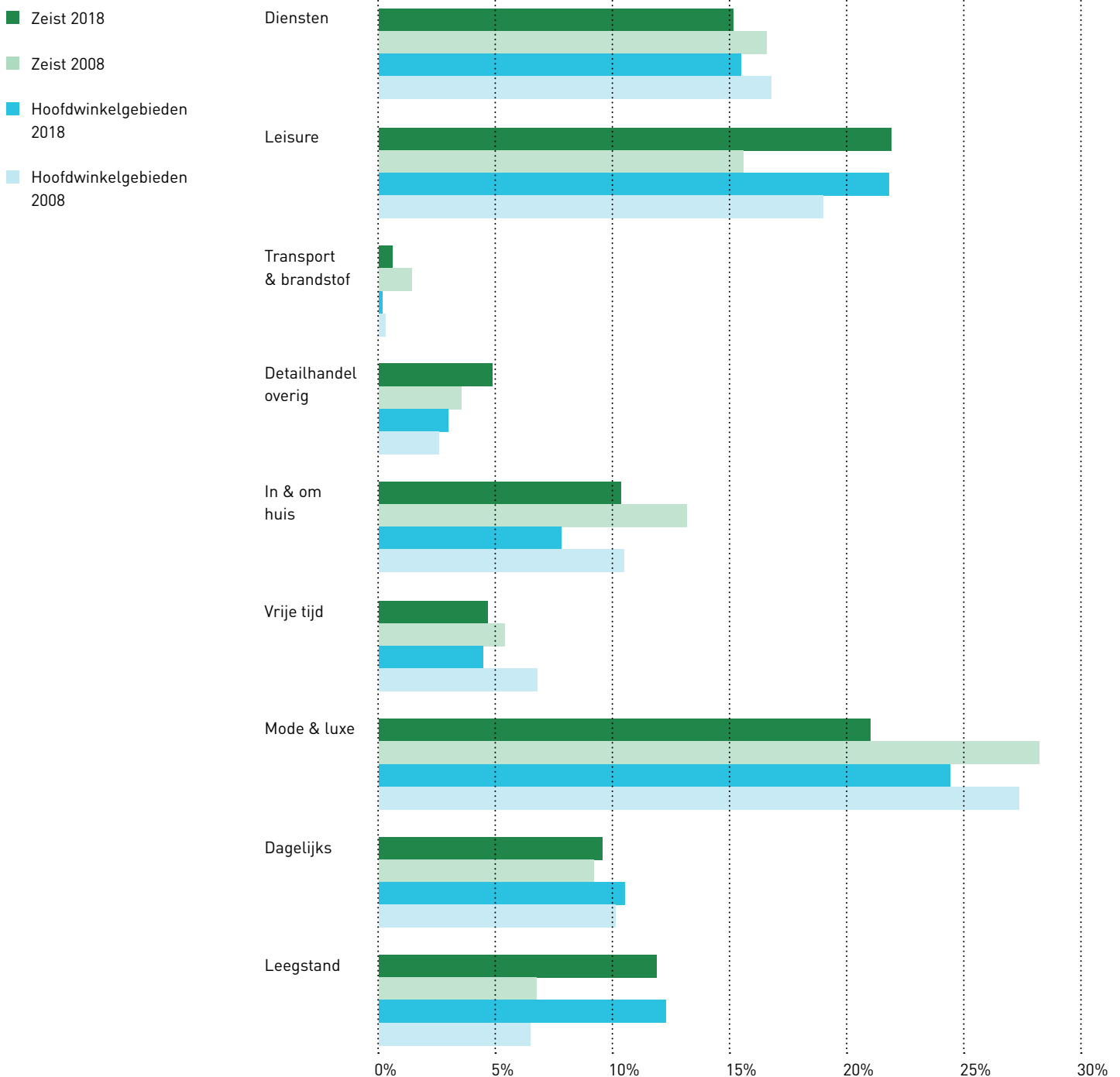
## Zeist versus andere hoofdwinkelgebieden

### Branchering

Ook de invulling van de winkelpanden, de branchering, in Zeist laat zich goed vergelijken met de andere hoofdwinkelgebieden in het land. Zeist was altijd, als 'vorstelijke winkelstad', iets oververtegenwoordigd in de segmenten mode en luxe. Deze segmenten zijn in Zeist de laatste jaren wat meer afgenomen dan in andere hoofdwinkelgebieden.

Dit kan deels op het conto van de nabijgelegen topwinkelstad Utrecht worden geschreven. Opvallend is verder dat het leisure-segment – juist altijd wat minder vertegenwoordigd in Zeist – flink is toegenomen.

Verschuivingen per branche 2008 – 2018: Zeist versus hoofdwinkelgebieden



## Zeist versus andere hoofdwinkelgebieden

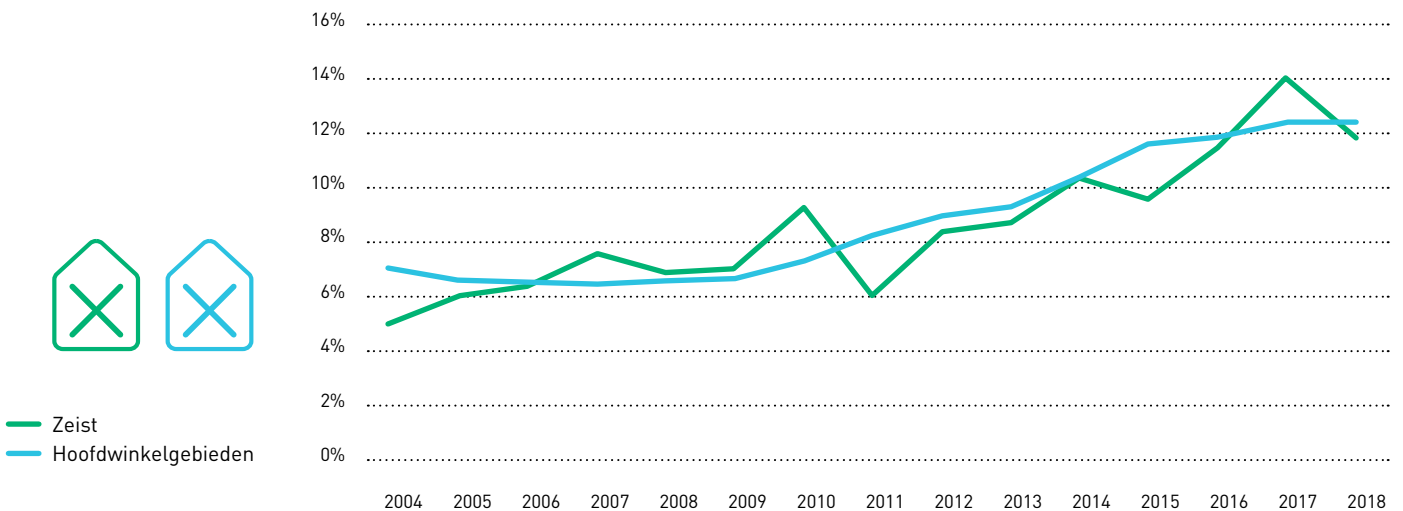
### Leegstand

De huidige retailleegstand van Zeist (11,9%) is hoog, maar vergelijkbaar met andere hoofdwinkelgebieden.

De leegstand is vergeleken met vorig jaar aanzienlijk afgenomen, dankzij het beleid dat de gemeente ingezet heeft:

*het kernwinkelgebied van Zeist verkleinen en daarin met name qua infrastructuur en uitstraling investeren. De 40 panden die de afgelopen jaren zijn verdwenen, liggen overigens deels verspreid door het centrum, maar voor het overgrote deel aan de buitenranden van het kernwinkelgebied.*

Leegstand Zeist versus alle hoofdwinkelgebieden (% van aantal panden)

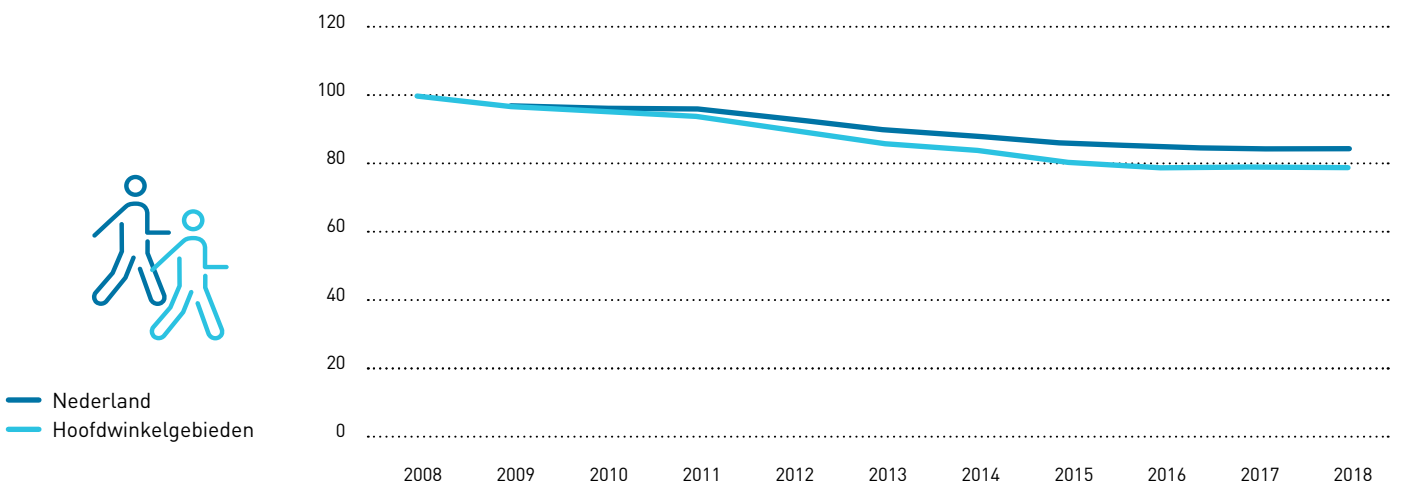


### Passanten/bezoekers

De passantenaantallen in Zeist zijn zeer sterk afgenomen. In 2008 was het drukste punt het Emmaplein en daar telde Locatus toen 18.600 passanten op een zaterdag. De meest recente telling is van het najaar van 2016. In die telling liepen er nog slechts 7.600 passanten op het Emmaplein.

De Slotlaan ter hoogte van de C&A was toen het drukste punt in het kernwinkelgebied met 8.400 passanten. Dit waren er in 2006 nog 13.700. Ook hier laat Zeist een trend zien waar veel middelgrote steden zich in herkennen. Deze steden worden steeds vaker overgeslagen voor het funshoppen, en dat zie je terug in de passantenaantallen.

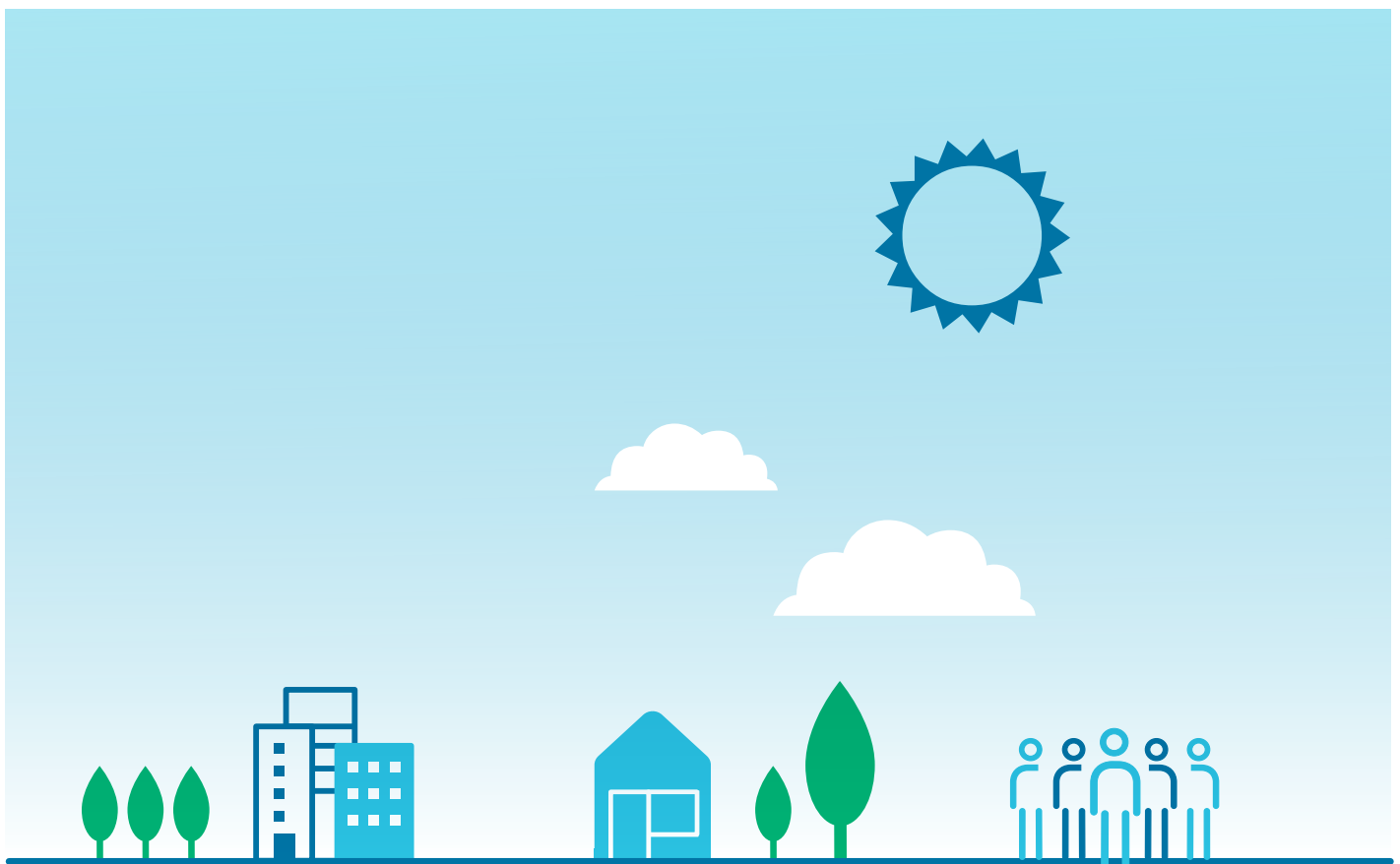
Index unieke bezoekers hoofdwinkelgebieden versus Nederland





# Hoe zien de verschillende partijen in Zeist nu de toekomst van hun stad?

U heeft een beeld gekregen van Zeist. Een beeld waar meer middelgrote steden zich in zullen herkennen: ongewenst hoge leegstand, afnemende bezoekersaantallen, concurrentie van de grote stad, en een winkelcentrum dat niet meer voldoet aan de eisen van vandaag. Hoe kijken de belanghebbenden in Zeist naar hun stad? En welke oplossingen zien zij? We hebben drie partijen naar hun visie gevraagd.



## VASTGOED

Tom Schopman  
Sectie 5

Tom Schopman is Head of Asset Management Institutional van Sectie5 Management en onder meer verantwoordelijk voor winkelcentrum Belcour/Emmaplein Zeist.

## RETAIL

Lude Rodermond  
Rodermond Optiek

Lude Rodermond is eigenaar van Rodermond Optiek. Deze winkel ligt in een aanloopstraat naar het kernwinkelgebied van Zeist.

## GEMEENTE

Sander Jansen  
Wethouder

Sander Jansen wethouder in Zeist, met als portefeuille Ruimte, Werk en Inkomen, Economie en Sport. Hij is verantwoordelijk voor de herpositivering van Zeist als winkelstad.



## In gesprek met vastgoedondernemer Tom Schopman

### 'Het kernwinkelgebied van Zeist moet compacter worden'.

- Sectie5 is sinds februari 2014 de asset manager/eigenaar van Belcour, samen met de private equity onderneming Mount Kellett Capital Management. Deze onderneming ging een jaar later een strategische alliantie aan met de Amerikaanse Fortress Investment Group om samen de Mount Kellett-fondsen te managen. Belcour is een winkelcentrum in het kernwinkelgebied van Zeist van 8.900 m<sup>2</sup>. Daarnaast bezit de combinatie nog andere panden en grond in hartje Zeist
- Belcour heeft te kampen met grote leegstand, een situatie die nog verergerd is met de leegstand van het voormalige V&D-pand.
- Tom Schopman is Head of Asset Management Institutional van Sectie5 Management en onder meer verantwoordelijk voor Belcour.

Erg gelukkig kan Sectie5 niet zijn met de aankoop van het winkelcentrum Belcour in februari 2014. Het winkelcentrum kent namelijk een meer dan gemiddelde leegstand. Vastgoedfonds Corio (nu Klépierre) verkocht Belcour – 8.900 m<sup>2</sup> – samen met nog negen andere kleinere Nederlandse winkelcentra aan de Amerikaanse private equity partij Mount Kellett Management Group. Naar verluidt heeft de Nederlandse asset manager en retailfondsenaanbieder Sectie5 een 2 procent belang in deze aankoop. Sectie5 Management is verantwoordelijk voor het asset management van deze portefeuille.



De verwachting is dat de huidige leegstand niet snel kan worden opgelost, zegt ook Tom Schopman, Head of Asset Management Sectie5: 'Toen wij het winkelcentrum in 2014 kochten waren we positief over de mogelijkheden het winkelcentrum opnieuw in te vullen en gereed te maken voor de toekomst. We hebben er echter geen rekening mee gehouden dat er economisch een nieuwe retaildip aan zat te komen waardoor veel huurders failliet zijn gegaan. Ook de leegstand als gevolg van faillissement in het aangrenzende V&D-pand was niet voorzien.'

40 procent van alle bezoekers van V&D kwam via de ingang gelegen aan het Emmaplein. Die bezoekersstroom is geheel weggefallen.'

Schopman spreekt liever niet meer over Belcour, maar over het Emmaplein, in het hartje van het kernwinkelgebied van Zeist, waar de gemiddelde leegstand op dit moment rond de 12 procent ligt. Het overgrote deel daarvan komt voor rekening van de Sectie5-portefeuille. 'Als je kijkt naar een oplossing van de leegstandsproblematiek, moet je eerder spreken van een ingrijpende nieuwe gebiedsontwikkeling van het centrum dan alleen van het oplossen van de leegstand van de winkels op het Emmaplein.'

Als belangrijkste probleem, waarmee hij als vastgoedeigenaar wordt geconfronteerd in Zeist, ziet hij de versnippering van het retailaanbod. 'Ook voor de toonaangevende Nederlandse en buitenlandse retailers zijn steden als Zeist niet aantrekkelijk. Die zoeken hun klandizie in de grote steden en brede winkelcentra. Zeist moet het hebben van regionale en lokale spelers. Die zijn wel in de stad terug te vinden, maar met name in straten die geen deel uitmaken van het kernwinkelgebied. Een compactere retailinvulling van het centrum zou de leegstand flink naar beneden brengen.'



Tom Schopman Head of Asset Management Sectie5

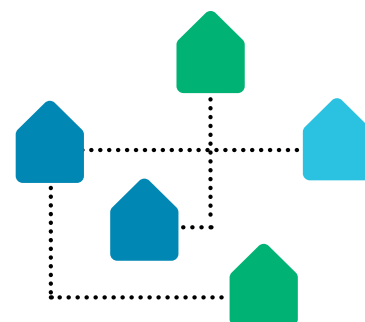
Het verwijt van juist die lokale en regionale retailers – als ook startende winkeliers – is dat de huren in het kernwinkelgebied door de vastgoedeigenaren bewust hoog worden gehouden en dat dus het kernwinkelgebied voor hen niet aantrekkelijk en rendabel is. Schopman herkent dat verwijt niet.

'Met ons valt over alles te praten, maar dan moeten we überhaupt eerst met goede kandidaat-huurders in gesprek komen. Wij kunnen zeer creatief zijn in onze huurvoorwaarden om tot overeenstemming te komen. Maar ik heb niemand om mee aan tafel te gaan zitten.'

Schopman ziet het bij elkaar brengen van alle partijen om een duidelijke retailvisie en strategie te bereiken, allereerst als een taak voor de gemeente. 'Er bestaat al in het kernwinkelgebied een overleg tussen eigenaren, gemeente en retailers. Het zou een goede zaak zijn om te komen tot een BIZ, een Bedrijven Investeringszone. Daarbij betalen zowel de vastgoedeigenaren als de ondernemers een heffing of belasting aan de gemeente. De gemeente stelt vervolgens de opbrengst ter beschikking aan de vereniging of stichting die de activiteiten uitvoert. Met een BIZ heb je geen last van free riders, kan een eenduidige strategie worden uitgewerkt en kan er snel over de geldstromen worden beschikt om ingrijpende stappen te zetten.'



Het probleem is overigens niet alleen de leegstand op zich en de versnippering van het retailaanbodbeleid, maar ook zaken als het parkeerbeleid en het ontbreken van een duidelijke profilering waar de stad met zijn centrum naar toe wil. Schopman wijst opnieuw naar de gemeente: 'Ik ben een type dat graag doorpakt, maar realiseer me dat het op politiek en ambtelijk gebied niet allemaal zo makkelijk ligt. Maar de gemeente moet zich realiseren dat de situatie alleen maar beter kan worden met een actieve sturende rol en een flexibele opstelling.'



### Gezamenlijk optrekken & creativiteit tonen

Voor de retailers die nu nog versnipperd over de stad, dus niet in het kernwinkelgebied zitten, heeft Schopman concrete suggesties. De gemeente zou bijvoorbeeld samen met de eigenaren van de retailruimten in het kernwinkelgebied iets kunnen doen om hun verhuiskosten te betalen. De eigenaren van het vastgoed in die aanloopstraten zouden ook gefaciliteerd moeten worden bij het zoeken naar een andere bestemming, bijvoorbeeld wonen. Want als die ruimten bestemd blijven voor retail, wordt de totale leegstand niet minder. Ook kan de gemeente – samen met bijvoorbeeld een wooncorporatie – het vastgoed van retailers die naar het kernwinkelgebied verhuizen, opkopen, meent Schopman.

De omgekeerde suggestie – die nog wel eens in Zeist wordt gehoord – namelijk het herbestemmen van de leegstaande winkelruimten op het Emmaplein en de Slotlaan, naar woningen, vindt Schopman niet voor de hand liggen. 'We hebben ernaar gekeken, maar technisch is het niet makkelijk om die woningen te realiseren. En daarmee los je ook de versnippering van het retailvastgoed elders in de stad niet op.'

Retailvastgoed transformeren naar woningen is een kwestie van de lange adem en wij zijn de asset manager van een private equity club, die een relatief korte beleggingsstrategie heeft en dus niet staat te juichen als zo'n transformatieproces te lang duurt.'

Schopman is wel positief over het feit dat de gemeente Akron heeft ingehuurd om te kijken naar de hele binnenstad vanuit een gebiedsinvullingoptiek. 'Wij moeten af van de gedachte dat de problemen van leegstand worden veroorzaakt door de vastgoedeigenaren en dat die dus ook maar voor het geld en de oplossing moeten zorgen. Alle betrokken partijen moeten gezamenlijk optrekken en creativiteit aan de dag leggen.'

De gemeente moet daarbij de lead nemen en nadrukkelijker uitstralen wat zij met haar stadskern wil, door city branding en meer werk maken om de mensen aan het centrum te binden. Dus door het aanpakken van de retailversnippering, een nieuw parkeerbeleid, een betere 'signing' naar het winkelgebied en het faciliteren van kleine, specialistische zaken en boutiqueachtige winkels in het kernwinkelgebied, kortom door reuring te maken. Dat kost geld, maar dat is wel een keuze die de gemeente moet maken. Gelukkig is Zeist niet een van de minst draagkrachtige gemeenten van ons land.'



## Retailer Lude Rodermond aan het woord

### Lude Rodermond wil als retailer in alles 'anders zijn'.

- Rodermond Optiek aan de Voorheuvel 66 in Zeist is in oktober 2002 gestart door Lude en Jörgen Rodermond
- De Rodermonds zijn gediplomeerd opticiens en optometrist en Jörgen is ook contactlens- specialist ANVC
- Het winkelpand is gelegen in een aanloopstraat naar het kernwinkelgebied van Zeist en is eigendom van de ondernemers

'Rodermond Optiek is anders. Eigentijds en stijlvol. Herkenbaar en vernieuwend. Niet gelikt maar wel gaaf.' Met deze woorden 'openen' Lude en Jörgen Rodermond de website van hun succesvolle optiekzaak aan Voorheuvel 66 in Zeist. 'Nee', zegt Lude, wij hebben geen webwinkel. Wij houden onze website goed bij, maar de verkoop van onze producten online is niet rendabel'.

---

We wilden per se in de luwte van het stadshart zitten.

---

Dat 'anders zijn' geldt niet alleen voor hun optiek, maar voor hun manier van in het leven staan, blijkt in een gesprek met Lude. Het opzoeken van de grenzen en 'er soms overheen gaan' is hun levensinstelling. 'Wij hadden onze sporen al verdiend in het grootwinkelbedrijf, maar wij zijn beiden in de eerste plaats ondernemer en wilden voor onszelf beginnen.'

Op zoek naar een goede locatie liep ik door de Voorheuvel en ben een speelgoedzaakje binnen gegaan. Toen bleek dat de eigenaar van plan was te verhuizen. We hebben niet lang hoeven te aarzelen, we wilden per se in de luwte van het stadshart zitten. We hebben vervolgens een huurcontract voor vijf jaar getekend, met de optie op koop. Zeven jaar geleden hebben we het pand gekocht.'





*Lude Rodermond, Rodermond Optiek 'Kies voor de kleine en startende ondernemer'*

Optiek Rodermond was vanaf dag één een succes. 'We moeten het niet van klanten hebben die toevallig langslopen. Voor ons is mond-tot-mond reclame het belangrijkste. De klanten weten waar we zitten en wat we hen te bieden hebben. Wat wij leveren zijn prachtige producten voor bijzondere klanten. Optiek is een paramedische activiteit, waarbij al snel een band ontstaat tussen de dienstverlener en de klant. Maar dat geldt ook omgekeerd. Als je als dienstverlener het goed doet, verstrengelt die band, hecht ook de klant zich aan jou.'

De locatiekeus voor de Voorheuvel is bewust geweest. Dit was vroeger dé winkelstraat van Zeist.

Lude Rodermond noemt haar winkel 'een commercieel bedrijf, dat niet commercieel probeert te zijn'. 'Onze winkel wordt gekenmerkt door intimiteit, door een welkome, persoonlijke en vertrouwde uitstraling. De locatiekeus voor de Voorheuvel is bewust geweest. Dit was vroeger dé winkelstraat van Zeist. Onze keus om hier te gaan zitten en niet in het kernwinkelgebied, had diverse redenen. Allereerst wilden we geen personeel hebben en ook niet beiden de hele dag in de winkel staan. Onze kinderen waren toen we begonnen, nog erg jong.

Lude is achteraf blij niet in de Slotlaan terecht te zijn gekomen.

Als je kiest als retailer voor de Slotlaan, nu de belangrijkste winkelstraat van Zeist, moet je wel van 's ochtends vroeg tot soms heel laat open zijn en voldoende personeel hebben om aan de openingstijden te voldoen. Daarnaast wilden wij een pand hebben dat we zouden kunnen huren, maar met een koopoptie. De panden aan de Slotlaan zijn vrijwel allemaal in handen van beleggers en bieden die optie nauwelijks.'

#### Waarom niet in het kernwinkelgebied?

- langere openingstijden
- meer personeel nodig
- geen optie tot koop mogelijk

Lude is achteraf ook blij niet in de Slotlaan terecht te zijn gekomen. Dat is weliswaar een prachtige, ruime winkelstraat met grote panden, maar is door een gebrek aan visie de afgelopen jaren volgens haar verkwanseld. De gemeente heeft er weliswaar veel geld in geïnvesteerd, maar met het huidige beleid ziet ze de geringe toeloop van klanten en de leegstand niet verbeteren. 'Onze straat behoort niet tot het kernwinkelgebied van Zeist, vindt de gemeente. Al het geld voor de herinrichting gaat naar de Slotlaan en de Markt, waar juist veel leegstand is. Wij hebben vrijwel geen leegstand, maar aan onze straat gebeurt niets, ondanks alle kuilen en gaten.

Ik zeg wel eens: ik verkoop brillen aan burgemeesters en wethouders, die me blijkbaar weten te vinden, maar die daarna gewoon verder gaan met het investeren in juist dat winkelgebied waar ik als ondernemer weinig aan heb. We hebben zeker gekeken naar andere locaties in de stad, ook in het kernwinkelgebied maar die voldoen niet aan onze eisen. De huren liggen er te hoog en huren met een aantrekkelijke koopoptie kun je er vergeten.'



De oplossing voor de grote winkelleegstand in het kernwinkelgebied is voor Lude Rodermond een duidelijkere keuze voor de kleine en startende ondernemer. Het formele retailbeleid is nu vooral gericht op grote panden en de bekende nationale en internationale retailers. 'Ik zeg wel eens: je wordt toch ook niet geboren als grote man, maar als baby. Baby's moeten de kans krijgen om te groeien. We hebben in Zeist vooral kleine vierkante retailmeters nodig met lage huren. Een huur van 500 euro per m<sup>2</sup> betekent al heel wat omzet om te overleven. Concentreer de grote retailers in de Slotlaan, transformeer het vrijwel leegstaande winkelcentrum Belcour naar een woonbestemming en geef in de aanloopstraten de kleine en startende ondernemers – inclusief allochtone – de kans om een begin te maken.'

Zij illustreert haar visie met haar eigen, huidige winkelpand. 'Toen wij het pand gingen huren, hebben we er iets heel nieuws van gemaakt. We zijn erin geslaagd van een ruimte met erg weinig vierkante meters een topzaak te maken. Het is een misverstand dat consumenten alleen maar grote winkelzaken willen als Zara of H&M. De ondergang van V&D bewijst dat dat niet waar is. De 50-plussers vormen de belangrijkste kopende leeftijdsgroep. Die willen helemaal geen grote winkels, maar persoonlijke aandacht. Die willen retailers waar ze zich thuis bij voelen.'

### Het kan zeker nog goed komen...

Voor Zeist ziet Lude Rodermond zeker een retailtoekomst, ondanks de concurrentie van een stad als Utrecht. 'Er zijn nog genoeg inwoners van aangrenzende gemeenten en kernen als Houten en Driebergen, die graag voor enige uren of een dagje naar het winkelhart van Zeist willen komen. Maar dan moet je zorgen voor een adequaat en betaalbaar parkeerbeleid. Waarom is van de Slotlaan niet direct een fietsstraat gemaakt?

Verder moet Belcour worden getransformeerd, inclusief de leegstaande V&D, tot een centraal woongebied. En met uitzondering van de Slotlaan moet in de aanloopstraten alle ruimte worden geboden aan kleine, zelfstandig opererende retailondernemers, afgewisseld met daghoreca. Dan kan het alsnog goed komen met Zeist als aantrekkelijke retailstad, met aanzienlijk minder leegstand dan nu.'





## Wethouder Jansen van de gemeente Zeist aan het woord

### 'Zeist moet de Kraamkamer worden voor nieuwe winkelondernemers'.

- Zeist telde in 2009 511 (retail)verkooppunten. Halverwege 2018 is het aantal verkooppunten gedaald naar 471.
- In dezelfde periode is de leegstand bijna verdubbeld van 7 naar 11,9%.
- Sander Jansen zat vanaf 2010 voor de VVD in de gemeenteraad van Zeist, toen hij in mei 2015 wethouder werd met als portefeuille Ruimte, Werk en Inkomen, Economie en Sport. Binnen het college is hij onder meer verantwoordelijk voor de herpositionering van Zeist als winkelstad.

Wethouder Sander Jansen is realistisch als hij spreekt over de retailsituatie van zijn stad. 'Wij hebben inderdaad een leegstandprobleem in het centrum waar geen makkelijke oplossingen voor bestaan. Ondanks het feit dat het met de economie in Nederland goed gaat, zijn de problemen van de retailers nog lang niet voorbij, onder meer door het groeiende belang van online-aankopen.'

We moeten in Zeist serieus rekening houden met een verdere daling van het aantal winkels. Willen we meer leegstand voorkomen, zullen we dus echt werk moeten maken van het compacter maken van het winkelgebied.'

Jansen spreekt graag in metaforen. In dit geval vergelijkt hij de situatie waarin Zeist zich als retailgemeente van betekenis bevindt, met de 'Eredivisie'. 'Steden als Utrecht, Amsterdam en Rotterdam zijn van het niveau van de Engelse Premier League of de Spaanse Primera Division, waar gevestigde namen zich graag vestigen. De Eredivisie is dat niet. We hebben relatief veel zelfstandige, specialistische zaken. Dat is onze kracht. Aansluitend daarop kan Zeist een kraamkamer zijn voor jonge, nieuwe, frisse retailondernemers die zich de huren in de grote steden nog niet kunnen veroorloven.'





Zoals de Eredivisie voetballers klaarstoomt voor die grote internationale competities, moet Zeist betaalbaar, maar tegelijk aantrekkelijk zijn met een interessant aanbod van winkels. Als ze het hier goed doen en zich als goede huurders ontwikkelen, kunnen die ondernemers de overstap maken naar de grote steden.

We hebben stichting Hart van Zeist in het leven geroepen. Daarin werken vastgoedeigenaren, ondernemers en gemeente nauw samen.



*Wethouder Sander Jansen gemeente Zeist*

### Meedenken van alle belanghebbenden essentieel

Voor de wethouder is het geen issue wie de 'lead' moet nemen om de huidige leegstandsituatie in het centrum van Zeist aan te pakken. 'Dat is een gemeenschappelijke zaak. De rol van de gemeente is ervoor te zorgen dat de samenwerking tussen alle betrokkenen goed verloopt en dat wij de randvoorwaarden bieden voor een succesvol ondernemerschap. Ooit was Zeist een retailgemeente van betekenis. Omdat koningin Juliana hier winkelde, werd er gesproken van 'vorstelijk winkelen'. Die tijd is voorgoed voorbij, we zien een daling van het aantal winkelpanden, maar ook groeiende leegstand. Die leegstand naar beneden krijgen lukt alleen als we laten zien wat Zeist te bieden heeft.

In 2015 hebben we een Centrumvisie opgesteld, met als belangrijke uitkomst dat we het winkelgebied kleiner moeten maken. De regie daarbij ligt bij de gemeente, maar dan wel in nauwe samenwerking met retailondernemers en vastgoedeigenaren. Daarvoor hebben we de stichting Hart van Zeist in het leven geroepen. Daarin werken vastgoedeigenaren, ondernemers en gemeente nauw samen. En niet te vergeten de bewoners van het centrum, want er wonen relatief veel mensen in het hart van het dorp. Als gemeente steken we elk jaar 150.000 euro in die samenwerking, zonder dat we daarmee een dictaat willen opleggen aan die andere partijen. Wij gaan echt niet vertellen wat er moet gebeuren. Het moet van de andere betrokken partijen zelf komen.'



In de fysieke herinrichting van het hart van het dorp, heeft de gemeente trouwens sinds 2015 al meer dan 10 miljoen euro gestoken, benadrukt Jansen. 'Met als resultaat een minder grijze en meer groene uitstraling, met grote aandacht voor de openbare ruimte en de ambitie de Slotlaan als belangrijke winkelstraat autoluw te maken. Zeist is – mede daardoor – weer een aantrekkelijke en gastvrije woonstad geworden, waarbij we met name aantrekkelijk willen zijn voor de 55-plussers en jonge gezinnen. Wij zijn als dorp inmiddels over de top van de vergrijzing heen.'

Jansen benadert de aantrekkelijkheid van zijn gemeente. 'We zijn een groene stad, met prachtige parken en lanen. Wij hechten verder veel waarde aan de geschiedenis van de stad en de verbeelding, door aandacht voor kunst en cultuur. Wij willen het verhaal van Zeist beter neerzetten en laten zien dat in Zeist meer te doen is dan winkelen alleen. In die zin is het Emmaplein onvoldoende aantrekkelijk voor het winkelend publiek. Het is te grijs, te veel steen. Dat zorgt ervoor dat retailondernemers liever op de Slotlaan zitten dan op het Emmaplein.'

---

Er moet nog veel gebeuren om een vitaal centrum te hebben dat klaar is voor de toekomst.

---

Jansen erkent dat de urgentie groot is om de leegstand aan te pakken, maar ziet geen reden voor paniek. Hij benadrukt liever de positieve stappen die inmiddels zijn gezet, waaronder de noodzakelijke samenwerking tussen gemeente, bewoners, ondernemers en vastgoedeigenaren. 'We voelen allemaal de urgentie en snappen dat er keuzes gemaakt moeten worden. De herinrichting is bijna afgerond en er zijn veel nieuwe evenementen in het centrum. Maar we zijn er nog niet. Er moet nog veel gebeuren om een vitaal centrum te hebben dat klaar is voor de toekomst. Het is een kwestie van de lange adem. Ik begrijp dat de eigenaren van leegstaand vastgoed zoals op het Emmaplein graag een snelle oplossing willen, maar zo makkelijk is het allemaal niet. Wensdenken is hier niet op zijn plaats.'



Als voorbeeld wat de gemeente kan doen, noemt Jansen de centrumregisseur. 'Dat is iemand die namens de gemeente de contacten onderhoudt tussen de gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren. Iemand die beide werelden begrijpt. Die persoon heeft een belangrijke rol om de ontwikkelingen op gebied van retail te vertalen naar de specifieke opgave voor Zeist. Dat kan bijvoorbeeld concreet gaan over het transformeren van de oorspronkelijke retailbestemming in een andere functie zoals wonen, zonder waardeverlies. Dat betekent overigens niet dat wij als gemeente zulke panden gaan aankopen. Dat laten we graag aan de markt over.'

Een andere kwestie, geeft Jansen toe, is het parkeerbeleid en de parkeertarieven. 'Dat blijft een ingewikkelde discussie. Voor vrijwel hetzelfde bedrag dat een consument betaalt voor een uurtje parkeren in Utrecht, kan hij zijn auto in Zeist de hele dag neerzetten. Maar het blijft ons streven om de parkeeraan trekkelijkheid van Zeist, dicht tegen het winkelgebied zo optimaal mogelijk te maken. Tegen zo laag mogelijke kosten voor de bezoeker.'

---

We delen de ambitie om het mooie centrum van Zeist vitaal te houden.'

---

Jansen sluit zijn betrokken betoog af met opnieuw een voetbalmetafoor. 'De huidige leegstand is geen reden tot paniekvoetbal. Het blijft een kwestie van lange adem. Zeist heeft enorm veel te bieden en daar wil ik graag mijn schouders onder zetten. Niet als een alwetende coach, maar samen met winkeliers, bewoners, vastgoedeigenaren en alle anderen die betrokken zijn. We delen de ambitie om het mooie centrum van Zeist vitaal te houden.'

## De uitdaging

Een belangrijke reden dat de middelgrote steden het zwaar hebben is de krimp van de mode. Er moet genoeg te vergelijken zijn.

Mode en luxe zijn de primaire bezoekenmotieven voor steden. In middelgrote steden, ook in Zeist, zien we dat de mode langzaam minder wordt. Consumenten hebben dan minder mogelijkheden aankopen te vergelijken; iets dat een wezenlijk onderdeel is van het aankoopproces.

Als er minder te vergelijken is, gaan we naar plekken waar dat (nog) wel het geval is. In dit geval zijn dat de grotere steden. Middelgrote steden zullen zich dus moeten opmaken voor structureel minder aanbod van winkels. Gelukkig wordt dit deels gecompenseerd door het toegenomen aanbod van horeca. Maar Londen laat zien dat ook daar een maximum aan zit: het aantal koffiezaken daalt en in de "casual dining" vindt zelf een slagveld plaats.

De overheid is vaak van goede wil. Het beleid wordt echter met regelmaat al ingehaald door de snelle veranderingen in de retailmarkt, voordat de maatregelen effect kunnen hebben. Er dan zijn er dus weer nieuwe initiatieven nodig.

Er zijn in dit proces van krimp geen winnaars. We kunnen slechts de verliezen proberen te beperken.

Dat die verliezen er zijn laat Zeist zien. En ook dat het moeilijk is tot een gezamenlijke oplossing te komen, omdat de belangen vaak tegenstrijdig zijn.



We zullen daarom moeten opschalen, de veranderingen sneller effect laten hebben. Misschien wel door meer naar een eindbeeld te kijken en ons daarop proberen aan te passen. Hoe dit eindbeeld er uit ziet is de cruciale vraag, waar elke stad een eigen antwoord op zal moeten vinden.

Om tot een dergelijk eindbeeld te komen, zullen alle partijen doordrongen moeten zijn van de noodzaak hier aan mee te werken. Ook hier is nog een lange weg te gaan. Hoe vaak horen we niet dat panden (soms heel lang) leegstaan in de hoop op een nieuwe retailer? Het besef dat die er domweg niet komt zal bij eigenaren verder moeten indalen. Waarna de overheid de ruimtelijke veranderingen kan faciliteren. Om te zorgen voor een aaneengesloten winkelgebied, zonder gaten dus.

De wethouder van Zeist gaf het al aan: het is een kwestie van een lange adem. Maar er moet wel nu aan gewerkt worden.