

Hoe winkeltransformatie leegstand kan tegengaan in 'het grijze midden':

Een onderzoek naar de detailhandel in aanloopstraten in middelgrote steden, en het relatieve belang van de openbare ruimte in de transformatie naar wonen, twee casestudies uit Bergen op Zoom & Oldenzaal

Afbeelding 1: Leegstand, woningen en winkels naast en door elkaar in de Deurningestraat te Oldenzaal, met de Plechelmuskerk, hét icoon van de stad, op de achtergrond.



15-08-2018

D.J.V. Dirkse Bsc.

Human Geography, Urban Geography

Departement Geowetenschappen, Universiteit Utrecht

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



Universiteit Utrecht

Hoe winkeltransformatie leegstand kan tegengaan in 'het grijze midden':

Een onderzoek naar de detailhandel in aanloopstraten in middelgrote steden, en het relatieve belang van de openbare ruimte in de transformatie naar wonen, twee casestudies uit Bergen op Zoom & Oldenzaal

Afbeelding 2: Vanuit de Korte Bosstraat, zicht op de Bosstraat, Bergen op Zoom



De foto's zijn gemaakt door de auteur, tenzij anders vermeld

Auteur: D.J.V. Dirkse Bsc.
Studentnummer: 3978737

Masterthesis

Human Geography, track Urban Geography (public space & daily life)

Departement Geowetenschappen, Universiteit Utrecht

Begeleider Universiteit Utrecht: dr. A. van Rietbergen

Stageadres: Droogh Trommelen & Partners, Nijmegen

Begeleider stage DTNP: T. Wissink

Nijmegen, 15-8-2018

Voorwoord

Beste geïnteresseerde,

Voor u ligt het rapport, behorend bij het afronden van mijn masterscriptie aan de Universiteit Utrecht, behorend bij de opleiding Human Geography, afstudeerrichting Urban Geography. Tijdens de afstudeerperiode heb ik stage gelopen bij Droogh Trommelen & Partners te Nijmegen, van waaruit dit onderzoek is voortgekomen.

Ik wil uiteraard gebruik maken van de mogelijkheid om een aantal sleutelfiguren te bedanken die hun steen(tje) hebben bijgedragen tijdens de begeleiding en uitvoering van dit onderzoek.

Allereerst wil ik mijn begeleider Tycho Wissink hartelijk bedanken voor zijn interesse, betrokkenheid en input tijdens het gehele proces. Hetzelfde geldt voor alle collega's van DTNP waar ik me heb mogen onderdompelen in een nieuw werkveld voor me: primair het adviseren van de detailhandel en lokale overheden.

Ten tweede wil ik mijn begeleider vanuit de universiteit, Ton van Rietbergen, bedanken voor zijn feedback tijdens de start van het onderzoek.

Voor de uitvoering ervan, wil ik speciaal Marco Groeneveld (uit naam van Locatus) bedanken voor het ter beschikking stellen van verschillende datasets betreffende de onderzochte aanloopstraten.

Tot slot wil ik iedereen bedanken die vol passie en eerlijkheid zijn mening heeft gegeven over ondernemerschap, de omgang met onzekerheden in het dynamische retaillandschap dat Nederland kent, en tot slot de continue drang om te polderen, samen te werken en het beste uit elkaar, de stad en de aanloopstraat naar boven te halen. Zonder de interviewrespondenten uit Bergen op Zoom en Oldenzaal was dit onderzoek niet geworden tot wat het nu is!

Dan rest mij niets anders dan u veel plezier te wensen met het lezen van het rapport.

Met vriendelijke groet,

D.J.V. Dirkse

15-8-2018, Nijmegen/Utrecht

Samenvatting

Het Nederlandse retaillandschap is eens te meer verwickeld in een dynamische periode van disrupties en mogelijkheden die elkaar snel opvolgen. De overproductie van winkelvloeroppervlakte (wvo) in de voorgaande decennia in combinatie met een dalende vraag naar wvo zorgt onvermijdelijk voor leegstand. De voornaamste factoren die een dalende vraag beïnvloeden zijn: stijgend aandeel online-aankopen, verschuivende consumentenbehoeftes, een veranderende demografische structuur van de samenleving en een herschikking van de ruimtelijk beleid- en gebruik in urbane gebieden.

Met name vanuit gemeenten is het verlangen groot om leegstand in het winkelcentrum te bestrijden vanwege negatieve effecten op de veiligheid, leefbaarheid en aantrekkingskracht op inwoners en bezoekers. De transformatie van winkelvastgoed naar een nieuwe functie (wonen, zorg, cultuur, horeca, zakelijke dienstverlening) zou moeten lijden tot een levendige en aantrekkelijke functiemix, in tegenstelling tot het monotone winkelbeeld dat nu nog de aanloopstraat karakteriseert.

Twee casestudies, één straat in Oldenzaal en twee in Bergen op Zoom, zijn onderzocht waar direct betrokkenen bij het transformatieproces geïnterviewd zijn. Door middel van observaties, semigestructureerde diepte-interviews en een data-analyse is getracht de hoofdvraag te beantwoorden: *In hoeverre beïnvloeden fysieke factoren van de openbare ruimte in aanloopstraten in Nederlandse middelgrote winkelcentra de transformatie tot een bredere functiemix?* Extra aandacht is besteed aan de invloed van ingrepen in de openbare ruimte en de fysieke inrichting van de straat op de transformatie tot een bredere functiemix.

Uit de resultaten is gebleken dat de openbare ruimte en de fysieke inrichting van de aanloopstraat, en eventuele ingrepen hierin, een relatief beperkte invloed hebben op het uitvoeren van de transformatie. Gevelkwaliteit, parkeervoorzieningen, aankleding (zoals licht- en geluid) en overige voorzieningen worden beperkt genoemd door de respondenten. Meer procesmatige factoren en de specifieke context van de gemeente blijken van grotere invloed. Lokale betrokkenheid, de actieve rol van de (lokale) overheid, conflicterende belangen tussen betrokken groepen, het totaalconcept van de binnenstad en een imago waarin lokale identiteit centraal staat (bijvoorbeeld door gericht gebruik te maken van cultureel erfgoed), worden door de respondenten als doorslaggevend beschouwd.

Aanbevelingen zijn gedaan om de kloof tussen overheid, ondernemers, vastgoedeigenaren en bewoners te overbruggen. De rol die de gemeente aanneemt kan verder ingezet worden door haar faciliterende, organiserende en handhavende beter af te stemmen. De middelen die zij tot haar beschikking heeft, zoals transformatiesubsidies, dienen in beter overleg verstrekt te worden.

Tot slot zijn aanbevelingen gedaan waarin kleine ingrepen in de openbare ruimte en fysieke inrichting (naar het voorbeeld van de Steenstraat in Sittard) kan zorgen voor een herwaardering van de aanloopstraat door actieve functiemenging met een bijpassende inrichting. Voorbeelden zijn het creëren van kleine *private spaces* voor bewoners aan de voorkant, zodat enerzijds privacy én interactie met het voorbijkomend publiek gefaciliteerd wordt.

Inhoudsopgave

Voorpagina	Pg. 1
Colofon	Pg. 2
Voorwoord	Pg. 3
Samenvatting	Pg. 4
Inhoudsopgave	Pg. 5
Hoofdstuk 1: Introductie	Pg. 6
- Aanleiding	
- Doelstelling	
- Hoofdvraag en deelvragen	
- Maatschappelijke- en wetenschappelijke relevantie	
Hoofdstuk 2: Theoretisch kader	Pg. 13
Hoofdstuk 3: Methodologie	Pg. 39
Hoofdstuk 4: Casestudy beschrijving	Pg. 46
- 4.1 Deurningerstraat, Oldenzaal	Pg. 47
- 4.2 (Korte) Bosstraat, Bergen op Zoom	Pg. 51
Hoofdstuk 5: Resultaten	
- 5.1 Resultaten interviews	Pg. 54
- 5.2 Data-analyse Locatus	Pg. 65
Hoofdstuk 6: Conclusie & aanbevelingen	Pg. 68
Hoofdstuk 7: Discussie	Pg. 75
Literatuurlijst	Pg. 78
Bijlagen	Pg. 87
- Bijlage 1: Codeerboom	Pg. 87
- Bijlage 2: Topiclist interview algemeen	Pg. 88
- Bijlage 3: Topiclist interview gemeente	Pg. 89

Hoofdstuk 1: Introductie

Aanleiding

De noodzakelijke transformatie van binnensteden en haar winkellandschap, het klinkt als een ver-van-mijn-bed-show voor de burger. Die doet zijn dagelijkse en niet-dagelijkse boodschappen nog gewoon in het dorp en/of in de stad, aangevuld met (een groeiend aandeel in) online aankopen. Hoe, waarom, waar en wanneer zou die transformatie van de binnenstad dan moeten plaatsvinden?

Planologen, stadsgeografen, stedenbouwers, vastgoedeigenaren, investeerders en (lokale) politici zijn echter volop bezig met dit thema. De detailhandel in met name middelgrote winkelcentra heeft het namelijk zwaar te verduren gehad door de naweeën van de economische crisis en de mistroostige toekomstbeelden die alom geschetst worden door experts.

Nationale en lokale media brengen het onderwerp in toenemende mate in beeld door reportages en nieuwsberichten. Binnen één maand publiceerde de NOS (2018ab) twee berichten omtrent de transformatie van (winkel)centra. De koppen luiden: “Steeds meer gemeenten vernieuwen hun centrum” en “Gemeenten steeds creatiever in aanpak van winkelleegstand”. In lokale media is het thema nog actueler, met name in de rurale grens-en krimpregio’s waar vergrijzing en ontvolking de economie remmen en leegstand een relatief groter probleem is dan bijvoorbeeld in de Randstad. RTV Drenthe licht Assen uit (Benak, 2018), BNDeStem gaat in op de problematiek in Oosterhout (Vink, 2017) en Sittard-Geleen Nieuws (2016) kaart de transformatie van de historische binnenstad van Sittard aan.

Niet alleen worden de verschillen qua economie, demografie, werkgelegenheid, woningmarkt et cetera groter tussen de Randstad en rurale gebieden in Nederland, ook ontstaat een kloof tussen dorpen en middelgrote steden enerzijds en grote steden anderzijds. Van elke drie euro die we in Nederland verdienen, worden er twee verdiend in stedelijk gebied, en dat aandeel groeit. 82% van de kenniswerkers woont nu al in en rond de grote steden, en de bevolkingsgroei van 1 miljoen tot 2030 voltrekt zich voor 75% in de grootste steden. Het gevolg: recordprijzen voor koopwoningen, tekorten in de huursector en hoge concentraties aan toeristen in regio A, terwijl regio B te maken heeft met een leegstroom van kapitaal, ondernemers en huishoudens (VNO-NCW, 2017).

Winkelcentra in dorpen en middelgrote steden zijn (een van de potentiële) verliezers in de strijd om de consument. Ze dreigen de concurrentieslag te verliezen van enkele succesvolle stedelijke regio’s. Echter, bruisende en vitale steden en dorpen in Nederland zijn allermist een illusie. Door samenwerking tussen decentrale overheden én ondernemers zijn deze regio’s in staat om concrete oplossingen te ontwikkelen voor de transitieopgave van Nederland. Niet alleen qua retaillandschap in de binnenstad, maar ook qua energietransitie, mobiliteit en digitalisering.

Dit onderzoek richt zich meer specifiek op aanloopstraten van middelgrote winkelcentra in Nederland. Een algemeen geaccepteerde omschrijving van een aanloopstraat ontbreekt, toch kan in het kort kan de aanloopstraat gedefinieerd worden als volgt: een straat gekenmerkt door een mix aan winkel-, woon en werkfuncties waarin de winkels doelgericht

bezocht worden, een continue onzeker perspectief die zich tegelijkertijd voortdurend ontwikkelt (Van Uden, 2012, 7).

Dit type winkelcentra (of straten) blijkt het meest kwetsbaar om de positie die zij vóór de economische crisis hebben bekleed, te behouden. Structurele veranderingen in de markt voor de detailhandel, zoals de opkomst van online winkelen en de trend waarbij grotere vastgoedbeleggers hun winkelportefeuilles in de kernsteden concentreren (A-locaties), ten koste van andere locaties (B en C-locaties), zorgt voor structurele leegstand. Door de ongebreidelde oplevering van winkelvastgoedmetres in de afgelopen jaren, die geen gelijke trend hield met de vraag naar vastgoed, zijn sommige winkellocaties niet langer rendabel meer voor de detailhandel. Zelfs niet bij heel lage huren of gunstige randvoorwaarden.

Het resultaat: transformatie of sloop wordt beschouwd als de enige uitweg (Ossokina, Svitak & Teulings, 2017, 12-13).

De term 'het grijze midden', zoals onder andere aangehaald door Prinssen (2017, 83), slaat op de positie die middelgrote steden innemen ten overstaan van grote steden en kleine dorpen of buurtwinkelcentra. Grote steden bieden beleving, een groot aanbod en bereikbaarheid, oftewel een dagje weg. Kleine dorpen en buurtwinkelcentra bieden een geconcentreerd aanbod van dagelijkse boodschappen op korte afstand van de woonplek van de consument. Middelgrote steden hebben geen comparatief voordeel meer ten opzichte van deze twee uitersten. In het theoretisch hoofdstuk zal verder ingegaan worden op de kwetsbare positie die de aanloopstraat inneemt in het retaillandschap.

De volgende quote geeft duidelijk weer waarom de detailhandel veel verliezers kent: "De detailhandel is een heel dynamische wereld, waarin het onroerend goed als een zeer statisch deel van het bedrijf geldt" (Galema & Van Hoogstraten, 2005, 42). In een dynamische periode inclusief de economische crisis, opkomst van online winkelen, veranderende doelgroepen en waarden en normen, en zo nog vele oorzaken, is het een enorme uitdaging om vastgoed continue up to date to houden betreffende de huidige en toekomstige behoeftes van de consument.

Tegelijkertijd is door de uitdunning van de detailhandel in aanloopstraten, de aanloopstraat als experimenteeruimte vergroot. Hier vindt vernieuwing plaats, als een soort kweekvijver van ondernemers. De geschiedenis van een aanloopstraat is vaak gekenmerkt en bepaald door haar lokale actoren, met name de particuliere lokale ondernemers.

De 'uitvinding' van de toekomstbestendige aanloopstraat zit in "hard werken, experimenteren, een heldere positionering en een pietsie geluk", aldus Van Dusseldorp (2015). Experimenten zoals begeleid door Platform31, geven ambtenaren en bestuurders de kans om out-of-the-box te denken. In overleg met bewoners, ondernemers en eigenaren dient uiteindelijk de gemeente een heldere visie te presenteren, een positie in te nemen en uiteindelijk een knoop door te hakken. Het experimenteren met bestemmingsplannen, het schaken met centrumfuncties en het schuiven van publiekstrekking behoort daar ook toe. Tot slot noemt Van Dusseldorp dat zowel de zichtbare als onzichtbare economie zich samen in een aanloopstraat moeten mobiliseren, winkeliers én zzp'ers met actieve netwerken in de stad dienen de handen ineen te slaan. Allemaal tactieken om lokaal maatwerk te bewerkstelligen.

Echter, door gemeentelijk beleid en bedrijfsmatige starheid, staat een vloeiende implementatie van dit soort straten in de weg. De regels blijven strak, de huren kunstmatig hoog en nieuwe toetreders worden slechts in de vorm van pop-up pauzenummers getolereerd. De winkelstraat is puur gericht op het koopproces, en alles wat dat verstoort

wordt afgehouden. De winkelstraat is verworden tot een platte koopgoot. Nu de winkels het zwaar hebben wordt pas duidelijk hoe onaantrekkelijk onze binnensteden zijn geworden, aldus een columnist (Urban Inspiration, 2016).

Doelstelling

Om Nederlandse aanloopstraten in middelgrote winkelcentra te behoeden van hierboven geschetste doembeelden, worden concrete maatregelen aangedragen en in sommige gevallen geïmplementeerd. Een populaire en vaak aangehaalde oplossing lijkt 'transformatie', 'functiemix' of 'functiemenging' te zijn. Het vervangen van oude detailhandel meters voor andere functies zoals wonen, cultuur, horeca en zakelijke dienstverlening speelt daarin een sleutelrol, en is het eerste belangrijke aspect in dit onderzoek. Dit geldt met name voor aanloopstraten van middelgrote winkelcentra, waar de crisis het hardst heeft toegeslagen. Dit met het doel om aantrekkelijk en leefbare centra te creëren die zijn afgestemd op de wensen van de consument en bewoner. Leegstand daalt terwijl tegelijkertijd functies die wél een toekomstperspectief in de binnenstad hebben, zoals wonen, horeca, zorgen en cultuur ruimte krijgen zich te profileren.

Hoe kan een winkelier zijn winkel draaiende houden in een nieuwe omgeving, waarin niet alleen de functie van nabijgelegen vastgoed van functie verandert, maar ook omgevingskenmerken zich hierop aanpassen, organisch dan wel gestuurd?

Echter moet opgemerkt worden dat daadwerkelijke functiewijziging van detailhandel naar wonen in de praktijk (nog zeer) beperkt tot uiting komt. Deze strategie wordt sinds een kleine tien jaar geopperd door experts en gemeenten, maar de uitvoering blijft beperkt tot slechts een tiental cases. Ook de grootte van qua aanpak verschilt sterk per casestudy: van een enkel getransformeerd vastgoedpand tot enkele tientallen.

Onderzoek in Nederland naar transformaties van aanloopstraten in middelgrote Nederlandse steden, met een gedetailleerde analyse van specifieke straten, ontbreekt dan ook nog.

Een tweede aspect van dit onderzoek, naast aanloopstraten in middelgrote winkelcentra, functiemix en transformatie, is het belang van de openbare ruimte. De verbetering van de openbare ruimte is een van de meest in het oog springende maatregelen die (in dit geval meestal) een gemeente kan implementeren in aanloopstraten naast functiemenging. Wanneer functiemenging, of ruilverkaveling plaatsvindt, komt vaak de wens of noodzaak naar boven om de openbare ruimte en haar voorzieningen te wijzigen. Aanpassingen aan de openbare ruimte zorgen voor een betere inpassing van de nieuwe functies, waarbij het vaak gaat om weg-, groen- en water-infrastructuur alsmede parkeervoorzieningen en verblijfsobjecten (straatmeubilair). Op zijn beurt heeft een opgeknapt en passende openbare ruimte een waardeverhogend effect op vernieuwde kavels en werkt daardoor stimulerend voor de eigenaren om de functieverandering toe te passen (Van Zandbrink & De Zeeuw, 2017, 10).

MDBS (2016) koppelt openbare ruimte ook direct aan transformatie, door de vraag te stellen welke resultaten het oplevert wanneer concrete ingrepen en transformatie worden doorgevoerd in de openbare ruimte en de gebouwen. Want, zo stellen zij, de aanloopstraat dient een levendige stedelijk gebied te zijn met de focus op ontmoeting en verblijf, met een aangename ongedwongen mix van wonen, winkels, horeca, cultuur en andere functies. Het oude patroon van de aanloopstraat als snelle verbinding tussen punt A en B voor doelgerichte aankopen is voorbij.

Uit bovenstaand probleemschets wordt de hoofdvraag als volgt geformuleerd:

Hoofdvraag:

In hoeverre beïnvloeden fysieke factoren van de openbare ruimte in aanloopstraten in Nederlandse middelgrote winkelcentra de transformatie tot een bredere functiemix?

Deelvragen:

- Welke recente ontwikkelingen hebben gezorgd voor de urgentie ter transformatie van middelgrote centra en haar aanloopstraten?
- Welke andere factoren dan de openbare ruimte kunnen de functiemenging van de straat beïnvloeden?
- Welke kenmerken van de openbare ruimte zijn volgens de literatuur van belang?
- Welke strategie wordt toegepast door betrokken actoren ter transformatie in Nederland?
- In welke verhouding zijn fysieke kenmerken van de openbare ruimte cq. overige factoren van belang?
- Welke fysieke kenmerken van de openbare ruimte zijn als meest relevant benoemd?

Maatschappelijke relevantie

De stad kan verdeeld worden in twee onderdelen: de bebouwde en niet-bebouwde gebieden. Niet bebouwde gebieden bestaan uit straten, wegen, infrastructuren en andere elementen zoals parken en pleinen. De niet bebouwde gebieden bestaan voor 80% uit straten. Het stratensysteem zorgt voor de 'connectiviteits matrix' voor de stad die essentieel is voor stedelijke mobiliteit en haar functioneren. In het kort heeft de straat ten minste vier functies: ten eerste economische productiviteit, basisvoorzieningen (energie, sanitaire voorzieningen, transport en parkeren) en het is het hoofdonderdeel van persoonlijke interactie en communicatie tussen inwoners en zorgt zo voor culturele en politieke kwaliteit van het stedelijk leven. Tot slot wordt de kwaliteit en kwantiteit van 'streetlife' beïnvloed door de beloopbaarheid van specifieke ruimtes, de veiligheid van trottoirs en de vorm en locatie van winkels (UNHABITAT, 2013).

Oftewel, straten in steden zijn van groot belang voor vitale, leefbare en economisch aantrekkelijke woon-, werk- en verblijfsruimtes. Binnen dit stedelijk milieu spelen zich vele ontwikkelingen af: al jaren is bijvoorbeeld een trek van huishoudens naar de (binnen)stad op te merken, terwijl tegelijkertijd leegstand in (aanloop)straten een structureel probleem blijkt te zijn. Consumentengedrag lijkt voor deze laatste observatie een grote boosdoener te zijn waarop de retailmarkt moet zien te reageren om relevant te blijven (JII, 2017, 11).

Daarnaast lijken aanloopstraten door een combinatie van factoren extra gevoelig te zijn voor andere externe factoren. Factoren die herhaaldelijk genoemd worden zijn: het vervullen van een ondergeschikte rol t.o.v. het kernwinkelgebied, het beperkt aantal grootwinkelbedrijven en relatief veel particulier eigenaarschap en daardoor de hogere kans op faillissementen (Bruisende Binnenstad, 2017).

Vanwege de relatief hoge leegstandcijfers in aanloopstraten (12-14% tegenover 4-6% in hoofdwinkelstraten) bestaat de kans dat aanloopstraten structurele leegstand ondervinden en door marktontwikkelingen hun oorspronkelijk detailhandel identiteit langzamerhand verliezen. Een mix van functies wordt vaak aangehaald als oplossing (o.a. Retail Agenda, 2015). De woonfunctie van (binnen)steden groeit, en transformatie van leeg winkel-en

kantoorvastgoed naar woningen is relatief kansrijk in stedelijke gebieden waar nog hoge druk is op de woningmarkt (Evers, Tennekes & Van Dongen, 2014, 4).

De beleving en functionaliteit van de openbare ruimte is cruciaal om getransformeerde winkelstraten aantrekkelijk te houden voor bewoners, bezoekers, investeerders en passanten. Facetten als verlichting, onderhoud, uitstraling van het straatmeubilair en de inrichting en verzorging van het openbaar groen zijn belangrijk om aanloopstraten toekomstbestendig te maken (Ministerie EZ, 2012, 61).

Dit onderzoek kan bijdragen aan de inrichting van aanloopstraten en de manier waarop fysieke kenmerken in de aanloopstraat de belevingen en het gebruik ervan verder kunnen optimaliseren voor alle betrokken actoren.

Wetenschappelijke relevantie

Internationaal gezien kent Nederland relatief veel literatuur betreffende 'de aanloopstraat'.

Aanloopstraten zijn dan ook een typische typologie voor specifiek B/C-locatie straten in Nederlandse en/of Belgische winkelcentra. B/C refereert naar de minder gunstige ligging en overige factoren ten opzichte van een A-locatie, de hoofdwinkelstraat.

Waar in het buitenland (de VS, Frankrijk en menig andere Europese landen) grote shopping malls de functie van winkelstraten en aanloopstraten aan de rand van de stad grotendeels hebben overgenomen (Teller, 2008), heeft Nederlands beleid deze ontwikkeling grotendeels weten te positioneren achter de binnensteden of kernen van dorpen.

Door de lokale interesse in aanloopstraten is uitgebreide wetenschappelijke literatuur relatief schaars. Met name (nationale) onderzoeksinstituten zoals het PBL, RLI en het CPB, kennis- en netwerkorganisaties zoals Platform 31 en Bruisende Binnenstad (HO Gent), retail- en vastgoed adviesbureaus zoals JLL en Deloitte, en tot slot brancheorganisaties zoals CBW-MITEX, OnsRetailand, NVM Business en INretail, produceren rapporten en beleidsadviezen.

Findlay & Sparks (2012, 26) geven vanuit het Britse perspectief aan dat een gebrek aan studies naar de retail veranderingen in binnensteden zichtbaar is buiten de grote steden om, de zogenaamde 'other spaces' of 'secondary spaces'. Deze locaties, middelgrote of kleine steden, zijn onderdeel van het bredere retaillandschap en doen ertoe voor lokale gemeenschappen en de concepten van plaats. Daarnaast zou onderzoek te vaak uitgevoerd zijn door adviesbureaus en ruimtelijke ambtenaren, waardoor ruimtelijke ordening beleidsmatig gedreven is en een theoretisch ingelegde context mist. Bovenstaande tekortkomingen in internationale literatuur gelden in grote mate ook voor het Nederlandse wetenschappelijke veld, waar naast universitaire thesen nauwelijks wetenschappelijk uitgebreid onderzoek is gedaan naar transformaties in specifieke detailhandels locaties.

Uniek zijn ook de Nederlandse binnensteden en haar aanloopstraten. De aanwezigheid van historische binnensteden, gekenmerkt door een hoge intensiteit en dichtheid wat weer resulteert in een hoog kwaliteitsniveau van leven, wordt internationaal erkend (Van Roekel, 2014; IVBN, 2017, 19). De fijnmazige winkelstructuur onderscheidt Nederland, waar het buitenland jaloers naar kijkt. Het 'Nederlandse model' wordt steeds vaker opgevraagd die verantwoordelijk zou zijn voor dit aantrekkelijke winkellandschap (INretail, 2014b).

Aanloopstraten zijn echter van nature gevoelig voor externe ontwikkelingen, ondanks de potentievolle omgeving waar ze gelokaliseerd in zijn. Economische conjunctuurgolven komen bijvoorbeeld elk decennium meerdere malen voor, en zorgen voor mutaties in leegstand. Onderzoekers en kenners zien in dat de toekomst van de retail echter voor grote

en structurele veranderingen staat. Veranderend consumentengedrag (meer online aankopen) is een van de voornaamste oorzaken. Het gevolg is duidelijk: structurele leegstand, functieverandering en dalende huurprijzen. Sommigen deskundigen durven zelfs te stellen dat de komende tien jaar er meer gaat veranderen in de detailhandelssector dan de afgelopen 30 jaar het geval is geweest (INretail, 2015b).

Waar de afgelopen decennia aanloopstraten hun karakter grotendeels behielden, namelijk de aanwezigheid van speciaalzaken en horecabedrijven inclusief broedplaatsen voor startende ondernemers en nieuwe winkelformules, dreigt de komende decennia de functie en het aanzicht drastisch te veranderen (Raven & Rindertsma, 2012, 5). Winkelfuncties zullen meer geconcentreerd worden richting het daadwerkelijke kernwinkelgebied, terwijl voormalige aanloopstraten een diverser bestaan krijgen: wonen, cultuur, kantoren, zorg, winkels en recreatie wisselen elkaar af. Deze transformatie was al te zien in 2011, functieverandering was niet eerder zo populair. Een saneringsslag treedt op in o.a. aanloopmilieus van binnensteden (Kamer van Koophandel, 2012, 6-7).

Van Duinen, Rijken en Buitelaar (2016, 43-52) hebben een deel van het werk uit handen genomen door een overzicht op te stellen welke aannames gelden voor de transformatiepotentie op pand- en terreinniveau. Het berust hier echter op aannames, en tevens is de openbare ruimte in haar breedte niet meegenomen.

Voor bewoners, ondernemers, passanten en investeerders zijn de aanloopmilieus, naast het fysieke vastgoed, voornamelijk de openbare ruimte waar zij zich in begeven. Het feit dat de openbare ruimte van grote invloed is op het functioneren van aanloopstraten wordt grotendeels erkend (Heebels, 2016).

Echter, de vraag dient ook gesteld te worden welke specifieke fysieke kenmerken van de openbare ruimte gewenst of ongewenst zijn. De vraag welke fysieke kenmerken van de openbare ruimte in aanloopstraten de transformatie tot een grotere functiemix beïnvloeden, is dan ook niet eenvoudig te beantwoorden. Deze transformaties zijn 'uniek' in hun aanleiding en uitvoering, recentelijk of op de korte termijn. Qua tijdsplanning is het startschot het einde van de financiële crisis geweest, toen aangenomen werd dat structurele leegstand ná de financiële crisis in aanloopstraten een blijvend fenomeen zou zijn.

De openbare ruimte als onderdeel van en medeverantwoordelijk voor succesvolle aanloopstraten of winkelstraten is een veel onderzocht thema. Zo behandelen Lang (2005), Dover & Massengale (2013) en Moughtin (2003) 'urban design' en/of 'street design' meer in het algemeen, terwijl Jones, Al-Shaheen & Dunse (2016) de anatomie van succesvolle 'high streets' belichten en Nasar (2016) de perceptie en evaluatie van woonstraat scenario's ontvouwt.

Echter, bovenstaande literatuur richt zich voornamelijk op enerzijds bestaande (primaire) woonmilieus (buiten het winkelcentra gelegen), bestaande winkelstraten of mix-use ontwikkelingen waarin vele functies reeds aanwezig zijn. De transformatie van aanloopstraten tot (gemengde) woonmilieus is echter een categorie apart. Door de jaren heen zijn deze straten geëvolueerd tot winkelstraten inclusief bijbehorende ruimtelijke structuur. De recentelijke functieverandering naar een permanente woonfunctie, heeft overduidelijk implicaties voor de ruimtelijke structuur en de openbare ruimtelijke indeling. Dit transformatieproces is voor de Nederlandse aanloopstraat in middelgrote steden onderbelicht gebleven.

Vergelijkbaar onderzoek in Engeland door Carmona, Gabrieli, Hickman, Laopoulou & Livingstone (2017) komt tot de conclusie dat in 'mixed local high street locations', investeringen in de kwaliteit van de straat substantiële toegevoegde waarde heeft voor alledaagse gebruikers van de straat, haar ondernemers en investeerders in aangrenzende vastgoed via verschillende kanalen.

Concluderend, een gat in de literatuur kan opgemerkt worden enerzijds in de combinatie van aanloopstraten in middelgrote Nederlandse steden en het verlangen om deze een bredere functiemix te geven, en anderzijds de fysieke factoren die deze winkelgebieden bezitten en geschikt maken om bovenstaande geïnitieerde transformatie te doen slagen.

De recente ontwikkelingen op het gebied van het gebruik van de winkelstraat (bijvoorbeeld online winkelen) haar functie(mix) en fysieke karakteristieken van de straat die hier een rol in spelen, dienen in samenhang onderzocht te worden in een aantal specifieke casus.

Hoofdstuk 2: theoretisch kader

Experts zijn het er resoluut mee eens: het huidige retaillandschap is verwickeld in een enorme transitiefase (Raas, Elshof & Janssens, 2017; OFED, 2016).

De complexiteit van de detailhandel transitie zit hem in wijzigende omstandigheden waarin de sector zijn economische en maatschappelijke functie vervult. Deze vinden op meerdere terreinen plaats, samengevat tot: technologie, economie, structuur, instituties, (consumenten)gedrag en cultuur. Demografische ontwikkelingen (verstedelijking, vergrijzing, etnische diversiteit, eenpersoonshuishouden), veranderende consumptiegedrag (leen-en deeleconomie, digitalisering, milieu bewustzijn), verschuivende detailhandelsaanbod (van single channel naar chross-channel) zijn enkele voorbeelden van disruptieve krachten.

Tot slot, en wellicht de ontwikkeling die leidt tot de radicaalste verandering van de bedrijfstak, is die van technologie, omdat de *common sense* van de markt verandert zal worden. Big data, virtual reality, Internet of Things, 3D-printen en block chain zijn met een enorme opkomst bezig (KCH, 2016, 9-10).

De complexiteit van het hedendaagse retaillandschap zal in het theoretisch kader uitgebreid aan bod komen ter verduidelijking van de context waarin dit onderzoek plaatsvindt.

Naast de beschouwing van het retaillandschap, zal het theoretisch kader vanaf een hoog schaalniveau toewerken naar een lager schaalniveau. Van globale en nationale ontwikkelingen via het regionale en urbane schaalniveau wordt uiteindelijk stilgestaan bij de aanloopstraat en de openbare ruimte.

- 1) Ontwikkelingen met betrekking tot winkelen en wonen in steden
- 2) Transformaties van winkels in aanloopstraten
- 2) functiemenging
- 3) de openbare ruimte.

Detailhandel, wat is het precies?

In hedendaagse literatuur wordt het gebruik van de begrippen retail en detailhandel vaak willekeurig gebruikt. In continentaal Europa wordt het begrip 'detailhandel' gebruikt voor het verhandelen van goederen. In de Verenigde Staten worden hier expliciet ook diensten aan eindgebruikers aan toegevoegd, zoals hypotheek en banken. In de marketingliteratuur wordt verder geen onderscheid gemaakt tussen wie de goederen en diensten koopt/verkoopt, *waar* ze worden verkocht en *hoe* (KCH, 2016, 9).

Het CBS (2018) gebruikt voor de term 'detailhandel' de volgende definitie: "het verhandelen van niet in het eigen bedrijf vervaardigde goederen aan consumenten, voor persoonlijk of huishoudelijk gebruik". De uitgebreide omschrijving, zoals verkregen van Omgevingsweb.nl (2009), zal aangehouden worden: "Het bedrijfsmatig te koop aanbieden (waaronder de uitstalling ten verkoop), verkopen, verhuren en leveren van goederen aan personen die goederen kopen of verhuren voor gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit. Voorbeelden zijn de grootschalige detailhandel, volumineuze detailhandel, tuincentrum en supermarkt."

Voor een consistent gebruik van begrippen, zal in het vervolg van dit rapport detailhandel aangehouden worden als omschrijving van bovengenoemde inhoud, met uitzonderingen daargelaten, zoals bijvoorbeeld 'retaillandschap'. Detailhandel refereert hierbij naar de sector 'detailhandel' in zijn algemeen.

Het rapport van consultancybureau McKinsey (2016, 10) geeft terecht aan dat gestolde definities niet langer meer te verdedigen zijn nu retail, services, consumpties buiten de deur en entertainment steeds meer 'geblurd' worden, oftewel samengesmolten worden tot een nieuw product, service of beleving. Het gevolg zijn nieuwe retail concepten die een combinatie leveren van services en producten, zoals de nu gevestigde take-away bezorgdiensten.

Volgens Detailhandel.info (2018) bestaat de sector detailhandel uit acht verschillende branches, te weten: consumentenelektronica, educatie & vrije tijd, foodspeciaalzaken, huis & tuin, kleding & sport, levensmiddelen, persoonlijke verzorging en woninginrichting.

De Nederlandse sector Detailhandel levert een grote bijdrage van 7% aan het nationale BBP. 9% van alle banen bevinden zich in deze sector (zonder indirecte banen zoals logistiek meegeteld). De sector detailhandel bestaat voor 99% uit kleine ondernemers, die 60% van de fte's en 40% van de omzet voor haar rekening neemt. Alle ondernemers hebben samen in totaal 98.000 fysieke winkellocaties in het land, waarvan 63% gerund wordt door onafhankelijke ondernemers, 14% werkt samen in een vorm van coöperatie (franchise, dealerschip) en 23% is onderdeel van een grote onderneming (McKinsey & Company, 2016, 10-13).

Op de lange termijn zal de groei van de retailmarkt niet veel groter zijn dan de groei van de inflatie. De verdunning van de afgelopen jaren heeft ervoor gezorgd dat de concurrentiepositie van de 'survivors' in de markt is verbeterd. Ook is de verwachting dat de concurrentie van buitenlandse partijen verder zal toenemen (Lindenaar & Co, 2016, 11).

De bijdrage van de detailhandel is niet alleen in harde economische cijfers uit te drukken, ook vanuit het sociale aspect draag zij haar steentje bij. Detailhandel zorgt voor sociaal contact en verbetert de cohesie. Een derde van de consument geeft aan dat zij/hij winkelt in non-food winkels samen met vrienden en familie, en een op de zes komt graag in contact

met (andere, vreemde) mensen in winkels. Ook zou dagelijks boodschappen doen kunnen bijdragen aan het sociaal verbonden en fysiek in beweging blijven. Tot slot draagt de detailhandel bij aan het aanbieden van instapbanen voor jonge werkzoekenden (onder de 25 jaar) met een laag opleidingsniveau (McKinsey&Co, 2016, 11-12)

Retail ontwikkelingen

Vóór de economisch crisis, in economisch gunstige tijden, werd gedacht dat iedereen kon 'retailen'. Vandaag de dag wordt retail gezien als een specialistisch vakgebied waar je verstand van moet hebben: "Retail is detail". In plaats van negatieve associaties als faillissementen, banenverlies en leegstand wordt de huidige afgeslankte sector weer gezien als een van de meest 'sexy' sectoren. Huidige trends en ontwikkelingen bieden veel kansen voor retailers die flexibel zijn en over voldoende financiële slagkracht beschikken om passende innovaties te implementeren (Lindenaar&Co, 2018). Treffend is de wijze waarop de stad Schiedam leegstand 'in het zonnetje zet'. In november 2017 organiseerde de stad "Feest der Leegstand, het feest van nieuwe kansen", waar geïnteresseerden leegstaande locaties in de stad konden bezoeken die uitnodigden tot het opstarten en uitvoeren van hun droomproject (ARD, 2017).

Landelijk kan opgemerkt worden dat de detailhandel weer op stoom is gekomen. Een hersteld vertrouwen in de economie en de dalende werkloosheid zorgen voor meer kooplust. Zowel de food als non-food sector stijgen qua omzet in 2018 t.o.v. 2017 met 3%. Zeker non-food mag na jaren van droogte weer hopen op betere tijden door bijvoorbeeld de herstelde woningbouw en een hoge omloopsnelheid van woningen. Webshops in het algemeen zien een (geraamde) groei van 16% t.o.v. 2017 voor de boeg. En andere belangrijke graadmeter is de leegstand (aandeel leegstand in percentage van het winkelvloeroppervlakte). Sinds 2016, met een landelijke piek van 10%, daalt de lijn in 2018 naar een percentage rond de 7% (ING, 2018).

Ook bij overheidsinstanties is de interesse in het retaillandschap herstellende en een van hoge prioriteit. Met name gemeenten hebben aandacht voor detailhandel in roerige tijden en een heftig bewegende markt. E-commerce en de wil om structurele bemoeienis met de kwaliteit van de binnenstad, zijn belangrijke redenen om structureel mankracht in te zetten. De tijden van vóór de crisis, waarin lang alles goed ging qua detailhandel en ingrijpen of regulering geen issue was, zijn definitief voorbij (Wessels, 2018, 5).

De sector detailhandel is altijd een van de meest dynamische sectoren geweest in de globale economie. Tientallen rapporten en analyses benoemen oorzaken van de aanwezige dynamiek (Lindenaar&Co, 2018). In de volgende paragrafen zullen diverse ontwikkelingen behandeld worden die achter de huidige transitie en transformatie van het retaillandschap schuilgaan.

Online shoppen

Zoals reeds kort aangehaald, mag het geen verrassing zijn dat internet aankopen relatief een steeds groter deel uitmaken van de totale bestedingen in de detailhandel. In de periode 2013 (=100) - 2017 steeg de omzet van internetverkopen voor de detailhandel (inclusief webwinkels) met 194%. Voor alleen de webwinkels werd een groei bewerkstelligd van 89% in dezelfde periode (CBS, 2018).

Met name de online verkopen bij 'multi channel stores' groeien flink: ten opzichte van december 2016 groeide dit met bijna 15% tot december 2017 (Rabobank, 2018).

Het is gebruikelijk om op z'n minst een scheiding te maken tussen 'food' en 'non-food' retail. Food blijft een beperkte rol spelen in de online aankopen. De verwachting is dat het omzetaandeel van 'food' in 2020 slechts 2,8% is, en dit licht stijgt tot 5% in 2025 (Agterhoek, 2016).

Non-food online aankopen heeft een aandeel weten te bemachtigen van 11% (2015), en groeit jaarlijks met 16%. In vergelijking met Duitsland, (12% jaarlijkse stijging), België (10%) en Frankrijk (13%) steekt Nederland daar bovenuit.

Binnen non-food zijn de verschillen groot tussen de branches. Speelgoed en games werden in 45% van de gevallen in 2015 online aangeschaft, tegen 11% in 2009. Educatie en vrijetijdsmaterialen betrof 20% (2015) respectievelijk 10% (2009), en persoonlijke verzorging werd slechts in 2% van de gevallen online aangeschaft in 2015 (1% in 2009)(McKinsey, 2016, 20).

Gesteld kan worden dat de Nederlandse winkelstructuur, uitgedrukt in winkelvloeroppervlak (wvo), de komende periode te maken zal krijgen met een vraagdaling vanuit de retailers, die de bezettingsgraad verder onder druk zet. Met name fysieke kledingwinkel realiseren omzetgroei via online-kanalen waardoor de fysieke winkel aan kracht en belang verliest (Dynamis, 2017, 6). Door de continue productie voor, maar ook tijdens de crisis van winkelvloeroppervlak, en de laat opgemerkte daling naar in, is leegstand een logische maar confronterend gevolgtrekking.

Demografie & woningmarkt

Demografie en bestendigheid van winkelcentra zijn inherent aan elkaar verbonden. Steden met een groeiende bevolking bezitten vitale winkelcentra. De grootste 27 steden (100.000+ inwoners) vangen 75% van de populatiegroei op tot 2025. Deze groei is overduidelijk hoger dan in middelgrote-en kleine steden, die vanaf 2023 zelfs kunnen gaan krimpen (IVBN, 2016, 19). De kenmerken van de demografie veranderen ook snel. De bevolkingspiramide zoals we die nu kennen zal snel omslaan in een 'beschuitbus' waarin alle bevolkingsleeftijden zo goed als gelijkmatig aanwezig zullen zijn. 65+'ers zullen sterk groeien, met 33% tussen 2010 en 2020, in vergelijking met de totale bevolkingsgroei van 3% een opmerkelijk gegeven.

Ook de huishoudenssamenstelling verandert ingrijpend. Het stijgend aantal alleenstaande ouderen en jong volwassenen die later of niet gaan samenwonen, zijn hier voornamelijk debet aan. Het percentage eenpersoonshuishouden stijgt van 20% in 1980 tot 40% in 2020, (CBW-Mitex, 2010, 12-14). Eenpersoonshuishouden bevinden zich vaker in (universiteits)steden, voornamelijk vanwege het aantal studenten en net afgestudeerden, ouderen die alleen komen te staan na het overlijden van hun partner en tot slot immigranten. Ook buiten de grote stad is het aandeel eenpersoonshuishoudens aan het stijgen, in veel plattelandsgemeenten in het noorden, oosten en zuiden van het land stijgt het aandeel van onder de 25% naar boven de 30% in 2025. Ruim de helft van de groei is te wijten aan vergrijzing (CBS, 2006).

Rurale (en grens)gebieden, dorpen en middelgrote steden ontvolken en vergrijzen, terwijl de centraal gelegen gebieden en steden plus de Randstad vergroenen en meer bevolking aantrekken. In een notendop is dit de tendens in Nederland qua demografie en bevolkingsbeweging.

Deze verstedelijking is voor een groot gedeelte te danken aan actief beleid vanuit de nationale overheid. In de jaren '60 werd een groeikernenbeleid ingevoerd, waardoor plaatsen in de buurt van grote steden aangemerkt werden als overloopgebied. Daar moest zich de nieuwbouw van woningen concentreren. Dankzij dalende transportkosten en toegenomen welvaart, had deze suburbanisatie een groot effect op de opbouw van Nederlandse steden. Groeikernen van toen, zowel bestaande steden (Hoorn), nieuwe steden (Lelystad) als dorpskernen (Zoetermeer), zijn door de tijd uitgegroeid tot populaire (middel)grote steden (Lekkerkerker, 2016, 88).

Landelijk gezien daalt de bevolkingsgroei gestaag. In de landelijke gemeenten daalt de bevolkingsomvang, terwijl in de suburbane gemeenten de omslag van groei naar krimp nabij is. In de (hoogst) stedelijke gemeenten is door de recente instroom van jongvolwassenen en toename van natuurlijke inwas sprake van een opleving van het groeitempo.

De variatie tussen steden qua bevolkingsontwikkeling is echter groot. Buiten de Randstad groeien alleen Zwolle en Groningen overduidelijk met meer dan 1% gemiddeld per jaar qua bevolkingsomvang. Enkele Gelderse (Nijmegen en Arnhem) en Brabantse (Eindhoven en 's-Hertogenbosch) steden groeien met een percentage tussen de 0,5 en 1 % (Oevering, 2015). Factoren die invloed hebben op de groei van de stad zijn omvang (hoe groter, hoe meer groei), de ligging ten opzicht van het economisch kerngebied van Nederland, aanwezigheid van (hogere) onderwijsinstellingen en de mate waarin een stad regionale groei heeft kunnen/mogen opvangen. Sinds 2009 concentreert de bevolkingsgroei zich in de vier grote steden (Amsterdam, Utrecht, Rotterdam en Den Haag). De klassieke agglomeratievoordelen (*sharing, matching and learning*) lijken dan ook van toepassing te zijn op de groei van de G4. Tevens geldt de klassieke theorie van de *critical mass*. Allerlei voordelen die hoogstedelijke voorzieningen kunnen bieden hebben een aanzienlijke kritieke massa nodig om soepel te functioneren en tevens te diversifiëren (Meijers, 2007, 115).

Populariteit binnensteden: wonen en werken

Nederlandse binnensteden zijn oorspronkelijk de locatie van handel en tot op de dag van vandaag dé vestigingsplek voor bijna de helft van alle winkels. Geroemd en bijzonder vanwege haar esthetische schoonheid, het grote en diverse winkelaanbod en de aanwezigheid van culturele en ontspannende voorzieningen (Butink, 2015, 1).

Vanuit wetenschappelijk oogpunt staat de economische revolutie van historische binnensteden sinds 10 jaar in de spotlight. De opkomst van de zogenoemde creatieve en culturele industrieën en dienstverlening resulteerden in hernieuwde producenten- en consumentencentra. De oorsprong van de binnenstedelijke economie hangt samen met ontwikkelingen in productiesystemen en arbeidsmarkten, en het gebruik van de aanwezige ruimte. Na het tijdperk van de industriële herstructurering, gekenmerkt door armoede en verloedering in de jaren '70, zorgde de neergang van het Fordistische productiesysteem en de daaraan gerelateerde (type) werkgelegenheid, inclusief de opkomst van een stedelijke postindustriële sociale klasse, ervoor dat binnensteden snel veranderden qua sociale opbouw. De postindustriële stad gaat dus over het veranderende economische belang van sectoren in binnensteden (verdienstelijking en opkomst kantorenmarkt), de ruimtelijke uitsortering en spreiding hiervan in woon- en werklocaties en de vernieuwende sociale

verhoudingen en segmentering die dit teweegbrengt in de maatschappij (Van Oort & Ritsema van Eck, 2010, 55-57).

Specifieke ontwikkelingen qua stedelijk wonen starten in de jaren '60, toen maar weinigen in de stad wilden wonen. De overheid moedigde dan ook actief suburbanisatie aan, inclusief groeikernen op enige afstand van de stad zodat gezinnen in alle rust in het groen konden wonen. Vanaf de jaren '90 draaide deze trend, mede door de opkomst van een- en tweepersoonshuishouden die andere woonwensen bleken te hebben (Platform Binnenstadsmanagement, 2016, 1).

De stad staat dus weer prominent op de economische kaart van Nederland door de verdienstelijking en kennisintensivering van de economie. De 'death of distance', de verwachting dat men juist prefereerde op afstand te gaan werken, wonen, communiceren en handelen door de opkomst van ICT, is niet uitgekomen. Korte afstanden tussen werkgever, werknemer en klant vergemakkelijken juist de interacties die noodzakelijk zijn in de diensten en dragen bij aan een verdere flexibilisering van de economie (Krabbenborg & Daalhuizen, 2016, 17).

Niet alleen vanuit economisch perspectief is de compacte stad in trek, ook vanuit sociaal-cultureel perspectief. Naast digitale nomaden en hippe jonge mensen, zijn ook gezinnen en vijftigers enthousiast over wonen in de stad. De stedelijke leefstijl is voor veel mensen zozeer onderdeel van hun identiteit, dat ze er na hun studie op de plaatselijke hoge schoolinstelling blijven wonen met hun kinderen. Dankzij de dichtheid van de stad is het mogelijk dat beide partners kunnen werken. Bij vier dagen in de week voor beide ouders wordt gesproken over een '4-4 huishouden'. Het krappere wonen in vergelijking met gezinnen die naar omliggende dorpen en groeikernen verhuizen, nemen ze op de koop toe (Metz, 2016, 8-12).

Wonen in voormalige winkels of boven bestaande winkels is dan evident een goed idee. Ogen op de straat zorgen voor een toename van zichtbare en onzichtbare veiligheid in de avonduren, meer aanbod van woonruimte voor voornamelijk starters en studenten, het behoud van erfgoed en tot slot minder leegstand (Metz, 2016, 8-12).

De Nederlandse woningmarkt, een levendig debat

De Nederlandse woningmarkt, in essentie samen met het retaillandschap het uitgangspunt van dit onderzoek, staat enorm onder druk, niet alleen in Nederlandse steden. Daarmee is het een van de meest besproken onderwerpen in de nationale en lokale media, politiek en wetenschap.

Uit cijfers van de nationale makelaarsvereniging NVM (2018) blijkt dat de gemiddelde verkoopprijs in het eerste kwartaal van 2018 van een woning met 9,7% is gestegen ten overstaan van een jaar eerder. Voor appartementen geldt een prijsstijging van bijna 16%. Tegelijkertijd is er minder aanbod op de markt: 12,7% minder verkochte woningen en 35,4% minder te koop staande woningen ten overstaan van het eerste kwartaal 2017. Beschikbare woningen (alle typen) gaan ook sneller van de hand, gemiddeld is dit teruggelopen in een jaar van 75 dagen naar 56 dagen in het eerste kwartaal van 2018. Vrijstaande woningen zijn gemiddeld in 4 maanden verkocht, terwijl opnieuw de vraag naar appartementen het grootst is: gemiddeld binnen een maand zijn deze verkocht.

De verschillen per regio zijn groot, concluderend uit de gegevens van DNB Public (2017, 13-14). Het procentuele verschil in huizenprijs-ontwikkeling tussen 2008 en 2017 per provincie is aanzienlijk. Amsterdam en Noord-Holland kennen een stijging van 35% respectievelijk

20%, terwijl Drenthe en Zeeland slechts 5% respectievelijk 2,5% stijgen. Amsterdam staat hiermee in een illustre rijtje van internationale koplopers qua huizenprijsstijgingen over de afgelopen drie jaar. Het staat op gelijke voet met London en Sydney (alleen 12% in de plus), terwijl het steden als San Francisco (+8%) en Berlijn (+7%) achter zich laat.

De visie dat er in stedelijke gebieden bij gebouwd moet worden wordt breed gedragen, aldus Van Duinen, Rijken & Buitelaar (2016, 16). Uit onderzoek van het CBS en PBL uit 2013 blijkt, dat er tot 2040 vraag is naar een extra één miljoen woningen, om een (nagenoeg) evenredig aantal huishoudens te huisvesten. Echter, de discussie omtrent de toekomstige woningbehoefte en de locatie hiervan is gaande, en loopt vast op de vraagstelling: Welke locaties moeten aangesproken worden om in deze woningbehoefte te kunnen voorzien? Twee stromingen lijken de hoofdmoot te voeren. Enerzijds zijn nieuwe uitleglocaties 'de' oplossing. Bestaand stedelijk gebied zou onvoldoende ruimte bieden, vandaar dat uitleglocaties aangewezen dienen te worden aan en rondom de stad.

Denkkader twee gaat uit van de transformatie van de bestaande stad. Het bestaand stedelijk gebied biedt voldoende ruimte, zeker op de middellange termijn, om door middel van transformaties van leegstaand vastgoed en onderbenutte terreinen de toekomstige woningbouwopgave op te vangen. Voordelen zijn een betere benutting van de binnenstedelijke ruimte en ontstane agglomeratievoordelen door de hogere massa en dichtheid van mens en activiteit. Tot slot zou het een duurzamer omgaan met bestaand vastgoed betekenen, omdat onnodig ruimtebeslag het landschap niet beschadigt (Van Duinen, Rijken & Buitelaar, 2016, 16-17).

Transformatie locaties binnen de bestaande stad kunnen weer onderverdeeld worden in twee typen groepen. Ten eerste de *functieveranderingslocatie* (voormalige bedrijventerreinen, vliegvelden en stationslocaties), ingesloten geraakte locaties die plaats moeten maken voor andere functies, meestal woningen of kantoren. Daarnaast zijn er *herstructureringslocaties*, plekken die niet meer voldoen aan de eisen van deze tijd en die meer of minder ingrijpend opnieuw worden ingericht voor gebruik door (meestal) dezelfde functie. In de praktijk uit dit zich in een mengvorm van bovenstaande typen transformatie, waar de aanloopstraat ook deel van uit maakt (Buitelaar, Segeren & Kronberger, 2008, 11). Aanloopstraten transformeren enerzijds van functie (detailhandel naar wonen) terwijl ook transformaties worden uitgevoerd door een vernieuwde inrichting van het vastgoed naar de wensen van de huidige tijd.

De waarheid ligt echter in het midden, de overheid zal een tweesporenbeleid moeten inzetten waarin eerst en vooral de toekomstige woningbehoefte uit bestaand leegstand of leegkomend vastgoed gehaald dient te worden. Indien na deze opgave nog meer vraag blijkt te zijn, kan er gebouwd worden op uitleglocaties buiten bestaand stedelijke gebied.

Van Duinen, Rijken & Buitelaar (2016, 17-18) stellen vast dat de Nederlandse bouwcultuur van uitbreiding en functiescheiding zich moet aanpassen. Transformatie moet daarin niet als beperking worden gezien, maar als kans om de volle potentie van de locatie te benutten. Van veel ruimtes die beschikbaar zijn, wordt te makkelijk gezegd dat ze niet bruikbaar zijn. Dat zijn ze wel: er dient anders nagedacht te worden omtrent nieuwe woonconcepten. Het blijft namelijk een vreemd gegeven dat er in gebieden met een hoge druk op de woningmarkt tegelijkertijd (structurele) leegstand voorkomt c.q. ontstaat.

De transformatie van aanloopstraten richting een bredere functiemix met wonen, kan bijdragen aan leegstandsvermindering, het verlagen van de woondruk en tot slot het (re)vitaliseren van het winkelcentrum als geheel.

Consumentenbehoeften & gedrag

De veranderende gedragspatronen van de consument zijn de ultieme factor die het model voor een retail strategie van een (middelgrote) stad zou moeten smeden.

Europeanen worden ouder, en tegelijkertijd leven ze vaker geconcentreerd in middelgrote steden, terwijl jongeren voornamelijk de grote stad op zoeken. Ouderen hebben behoefte aan minder consumptie die ze vergaren in kleinere winkels dichterbij huis. Jongvolwassenen geven meer geld uit aan 'quality time' voor familie en gemeenschap.

Over het algemeen zijn consumenten hoger opgeleid, beter geïnformeerd en goed aangepast aan de laatste digitale technologieën. Ze verwachten snel en eenvoudig toegang te hebben tot informatie. Ook zijn ze sociaal en milieubewust. In combinatie met een hoog opleidingsniveau, vragen ze een hoog verantwoordelijkheidsgevoel van diegene van wie ze producten of diensten kopen of huren. Tot slot uitten ze evenveel interesse in de winkelervaring als in het product of dienst zelf, waarbij een optimale mix verwacht wordt tussen product en bijbehorende service (Suarez, 2016).

Het klassieke werk van Pine & Gilmore uit 1999 betreft *experience economy* is nog steeds van toepassing op de uitdagingen die de winkelier ondervindt. Een product of dienst geldt als startpunt, waarna deze verrijkt wordt met een merk aan aangevuld met service die uiteindelijk in zijn geheel de overbrenger van de *experience* is. Het gevaar dat echter optreedt, is dat ondernemers één interpretatie van *experience* adopteren, namelijk de 'buitengewone ervaring', gebaseerd op een dramatisering verkoopruimte waar de consument ondergedompeld wordt in een *hyper-real environment*.

Bepaalde winkelformules hebben baat bij deze interpretatie van de winkelervaring, terwijl een ander deel zich succesvol weet te focussen op het aanbieden van alledaagse behoeften voor een scherpe prijs in een functionele omgeving (Antéblan, Filser & Roederer, 2014, 82-83).

Nederlandse middelgrote winkelcentra & leegstand

De focus op middelgrote winkelcentra in dit onderzoek is te verdedigen vanwege de moeilijke positie die deze locaties innemen in het Nederlandse retaillandschap. Juist deze centra zijn de afgelopen jaren sterk gegroeid, maar hebben bij teruglopende bestedingen minder onderscheidend vermogen ten opzichte van andere grote centra en internet (Verkeersnet, 2017). Alhoewel aangenomen wordt dat de Nederlandse detailhandelsstructuur voldoende bestendig is tegen leegstand, is dit proces verschillend voor verschillende types detailhandel locaties. Met name middelgrote binnensteden zijn gevoelig. In vergelijking met 2011, is 67.3% van de winkels in middelgrote winkelcentra weer in gebruik na leegstand in 2015. Voor grote binnensteden is dit percentage 78.9% en voor kleine binnensteden is dit 74.5%. Ongewijzigde leegstand is ook hoger met 9% in middelgrote binnensteden ten overstaan van 6% in de overige twee detailhandel locaties (IVBN, 2016, 36).

Alhoewel de verschillen niet groot zijn, is ook via het rendement op vastgoed te zien dat middelgrote centra achteraan lopen. Grote binnensteden hebben een totaal

vastgoedrendement van 8.5% en een risico van 3.5%, waar dit in middelgrote binnensteden 7.8% respectievelijk 4.7% is (IVBN, 2016, 12).

De toenemende concurrentiestrijd ligt ten grondslag aan de verschillende posities van specifieke typen winkelcentra. De consument is in toenemende mate 'koning', deze kiest bewuster haar aanbod en haar winkelgebied, en is ook nog eens (boven)regionaal georiënteerd en actief. Gevolg is dat de aanbieders (ondernemers) bewuster bepaalde vestigingslocaties uitkiezen voor zijn of haar onderneming, 'footloose' en adaptief omtrent de omgeving en context (Gemeente Roosendaal, 2015, 7).

Alvorens we dieper ingaan op de oorzaken en gevolgen van leegstand, is een afbakening nodig ter verduidelijking. Leegstand wordt aldus de Leegstandswet officieel omschreven als "Het niet of niet krachtens een zakelijk of persoonlijk recht in gebruik zijn alsmede een gebruik dat de kennelijke strekking heeft afbreuk te doen aan de werking van deze wet" (VNG, 2017). Een meer praktische benadering wordt gegeven door Locatus (2017). "Een winkelpand wordt als leegstand geregistreerd indien: het redelijkerwijs de verwachting is dat in het (leegstaande) pand een verkooppunt in de detailhandel, horeca of andersoortig consument gerichte dienstverlening zal terugkomen. Daarnaast moet het pand, indien gelegen binnen een winkelgebied, in gebruik zijn geweest als winkel en nu daadwerkelijk leeg staan, of het pand staat aangegeven als te koop/huur als verkooppunt zijnde". Tot slot is de leegstandsduur van belang bij de definiëring: maximaal één jaar bij aanvangs- en frictieleegstand, tussen de één en drie jaar bij langdurige leegstand en drie of meer achtereenvolgende jaren bij structurele leegstand.

De belangrijkste oorzaak van leegstand in de winkelbranche is overaanbod van winkels en winkervloeroppervlakte. Aan het begin van de financiële crisis zag men al in dat de aanloopstraat op de B- en C-locaties het moeilijk zou gaan krijgen in de toekomst. De concurrentie van populaire winkelcentra (aan de rand van de stad) en groeiende online-winkels bieden is hevig. Daarnaast vragen toegenomen mobiliteit, emancipatie en vergrijzing om nieuwe winkelformules die in aanloopstraten niet voldoende te vinden en te realiseren zijn. Denk aan one-stop shoppingcentra in de periferie en gemakswinkels bij benzinstations. De oplossing kan voor vrijkomende en leegstaande winkels in de binnensteden en aanloopstraten liggen in de herbestemming tot woonlocaties (Harmsen, 2008, 116-117).

Leegstand is inherent verbonden aan het retaillandschap, onafhankelijk van geografische ligging of tijdvlak. Leegstand bestaat al zo lang er gebouwen zijn, leegstand is dan ook niet per definitie een probleem dat zo snel mogelijk verholpen dient te worden. Locaties die impopulair of in verval zijn en slecht ondernemerschap vormen al eeuwen de motor van stedelijke verandering. Lege gebouwen kunnen snel in behoeften voorzien, waar onvoldoende of juist niet in wordt voorzien. In deze tijd van snelle technologische- en consumptieve veranderingen zorgt leegstand voor de nodige aanpassingsmogelijkheden van de retailmarkt. Tot slot biedt leegstand ruimte voor experimenten en variatie, door en voor 'unusual suspects', anders dan de niet thuis gevende eigenaren en beheerders van vastgoed. Creatievelingen, CPO's (collectief particulier opdrachtgeverschap) en andere nieuwe type ondernemers grijpen hun kansen (Van Tuijl, 2014). Niet voor niets is een spreuk/poster van de befaamde landelijke serie 'Loesje' als volgt: "Als er veel leegstand is, is er ruimte voor van alles" (Loesje, 2014).

Wanneer vormt leegstand dan wel een probleem? En welke theoretische of praktische concepten worden aangehaald om deze leegstand te beperken. Opgemerkt dient te worden dat er geen eenduidig antwoord is op retail vernieuwing, omdat de oplossingen net zo divers zijn als het retaillandschap zelf, als maatwerk voor de lokale mogelijkheden (Hubbard, 2017, 15-44).

Leegstand wordt pas een structureel en rigoureuus probleem als zogenaamd een 'cyclus van verval' optreedt. Langdurige leegstand is ongewenst, omdat het een fysieke en sociale stigma opbouwt. Een dalende vraag naar goederen wordt sterk gevormd door het economisch en sociale karakter van een lokale buurt, die op zijn beurt de retailers perceptie beïnvloedt omtrent de vitaliteit van de retail locatie. Enkele leegstaande vastgoedpanden trekken vandalisme en gevoelens van onveiligheid aan, en kan zo de waarde van omliggende woningen en bedrijfspanden verder doen dalen (Hubbard, 2017, 15-44).

Transformatie naar wonen

Harde cijfers omtrent het aantal te transformeren vastgoedobjecten geeft aan dat het aantal te transformeren vastgoedobjecten gekenmerkt kan worden als 'laaghangend fruit'. Leegstaande kantoren en winkelpanden zijn slechts een topje van de ijsberg die kunnen voldoen in de explosief stijgende behoefte naar meer woningen de komende decennia (Donkers & de Waal, jaartal onbekend).

Volgens onderzoek van Van der Wal, Witvliet, Wolters & Jansen (2015, 18) is het totaal aantal mogelijk plausibele (vanwege mogelijke administratieve correcties of vervuiling) toegevoegde woningen aan de woningvoorraad ten gevolge van transformatie ruim 39.000 stuks, tussen begin 2012 en halfweg 2015. Daarbij gaat het in bijna 25% van de gevallen om kleinschalige transformaties, er transformeert dan slechts één verblijfsobject (VBO). De oorspronkelijke hoofdfunctie was voornamelijk kantoor-of winkelfunctie. Het CBS gaat uit van een grootte van 26.000 woningen in de periode 2012 t/m 2015, waarbij transformaties van maatschappelijk vastgoed is meegerekend (Taskforce Bouwagenda, 2017, 50). Verschillen in aantallen kunnen verweten worden aan administratieve onvolkomenheden en definitiekwesties.

In de huidige wet- en regelgeving is het al mogelijk om transformatie toe te passen van een winkelbestemming naar een woonbestemming. Het team van NRP Werkgroep wet-en regelgeving (2014, 19-22) stelde vast dat daarin de attitude en interne processen bij de desbetreffende gemeente van grootte invloed zijn op de snelheid waarmee RO-procedures afgehandeld worden.

Enkele voorbeelden (van de voordelen) van zo'n flexibel beleid worden aan de hand van praktijkvoorbeelden weergegeven. Zo kunnen bestemmingsplannen (indien mogelijk) 'globaal' gemaakt worden waardoor veel ruimte voor de nieuwe eigenaar ontstaat qua herbestemmingsproject. Het gevolg is het bestemmingsplan als resultaat voor de gewenste ontwikkelingsinrichting, in plaats van als uitgangspunt van de herontwikkeling.

Daarnaast zorgt de omgevingsvergunning uit 2010 ervoor dat de toetsende instanties rekening houden met alle aspecten en zo nodig een afweging maken bij verschillende tegenstrijdige belangen, zoals het leefmilieu, mobiliteitsbehoefte en parkeerdruk. De afstemming in een vroeg stadium tussen de verschillende ambtelijke disciplines heeft een positieve invloed op het procesverloop. Eventuele problemen signaleren en benoemen bij de

aanvraag van vergunningen zorgt uiteindelijk tot een grotere betrokkenheid en draagvlak zodat vertraging in de ontwikkeling en realisatie kan worden voorkomen (NRP, 2014). Ondanks de hoop die uitgesproken wordt over de mogelijkheden die de Omgevingswet (verwachte inwerkingtreding 2021) gaat bieden, dienen gemeenten en projectontwikkelaars beter de kansen te onderzoeken en gebruiken die de Woningwet (tot minstens 2018) te bieden heeft qua herbestemming en transformatie, aldus Meihuizen (2014, 23-24).

Alhoewel het thema 'transformeren van winkelvastgoed' een relatief recent onderzoek fenomeen is, zijn enkele rapporten verschenen, met name gepubliceerd door overheidsinstellingen als het PBL en het CPB.

De vraag die met name wetenschappelijk onderzoek probeert te beantwoorden vanuit een praktisch adviserende rol, is waar transformaties dan moeten plaatsvinden. Volgens Ossokina, Svitak, Teulings & Zwaneveld (2016, 7-9) zijn de drijvende krachten achter dit vraagstuk ten eerste clustervoordelen en ten tweede vraag en aanbod naar grond.

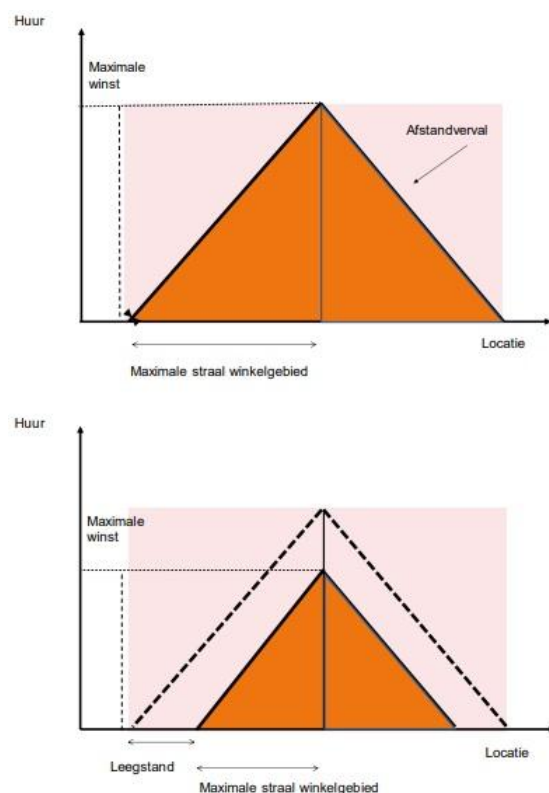
Simpelweg clusteren winkels in winkelgebieden omdat ze zo optimaal kunnen profiteren van elkaars bezoekers. Deze centra hebben een monocentrische ruimtelijke structuur: één duidelijk centrum waar de huren het hoogst zijn, de leegstaand het laagst en de concentratie van winkels het hoogst. Verder van het centrum af dalen de huren, stijgt de leegstand en is er de concentratie lager van winkels. De meest

aantrekkelijke en rendabele locaties zijn gevestigd in het centrum van een winkelgebied, huren dalen met de afstand tot het centrum terwijl tegelijkertijd de leegstand stijgt. In cijfers gezien, geldend voor de periode 2004-2014, dalen de huren met 10-15% en de leegstand met een factor 1,2 met elke 100 meter afstand tot het centrum. De huur is zelfs gemiddeld 40% lager en de leegstand tweeënhalve keer zo hoog op 500 meter afstand tot het centrum.

Een verklaring voor de monocentrische structuur kan zijn dat consumenten doorgaans het centrum bewandelen of fietsen, en het hart van het centrum het eenvoudigst te bereiken is. Ook zijn een metrostation of een parkeergarage oorzaak van het centrum als primair winkelgebied. Tot slot herbergt het centrum een clustering aan winkels, vaak grote(re) ketens die renderen bij hoge passantenstromen.

De tweede drijvende kracht volgens Ossokina, Svitak, Teulings & Zwaneveld (2016, 9-14) is de dynamiek tussen vraag & aanbod van grond. De conclusie dat leegstand vooral clustert aan de randen is goed nieuws. In tijden dat de vraag naar winkelvastgoed daalt en leegstand optreedt aan de rand, zoals nu door onder andere de opkomst van online winkelen, is het een optie om de grond een andere bestemming te geven. Figuur 1 geeft schematisch weer de verschuiving op welke locatie in

Figuur 1: Ruimtelijk model winkelgebied



Bron: Teulings, Ossokina & Svitak (2017)

het winkelgebied (centrum of buitenring) nog omzet te behalen valt (te betalen huur – maximale winst). Deze verschuift door bijvoorbeeld een economische schok richting het centrum. Het tussengebied tussen het moment vóór en na de disruptie, zal leeg komen te staan. In theorie, en vaak in praktijk, is dit het centrumgebied waar de aanloopstraat onderdeel van is.

Andere bestemmingen die de schaarse grond wel economisch nuttig kan inzetten, zijn wonen, horeca of cultuur. Naast de huurprijs, daalt ook de grondprijs met de afstand tot het centrum. Grond met bestemming detailhandel brengt het meeste op in het centrum, en het minst aan de rand. Het multifunctionele grondgebruik in winkelgebieden suggereert dat het stratenpatroon en de openbare ruimte, zeker aan de rand van de winkelgebieden, vaak geschikt zijn voor een andere functie. Als de grond voldoende aantrekkelijk is voor alternatief gebruik, kan deze transformatie door de markt (zelf) in gang worden gezet (Ossokina, Svitak & Teulings, 2017, 15).

Concluderend zijn idealiter de logische kandidaten van winkellocaties voor transformatie diegene die als winkelgebied niet succesvol zijn en tegelijkertijd wél aantrekkelijk zijn voor alternatief gebruik. In praktijk kan het zijn dat een hoge winkelleegstand in een winkelcentrumgebied zich concentreert in perifere niet-stedelijke gebieden die ook onaantrekkelijk zijn voor andere functies, zoals wonen. Vaak wordt dan actief beleid verwacht vanuit het ambtelijk apparaat, met name de gemeente.

Belangrijker bij de transformatie van winkel naar woning is de praktische uitvoering ervan, buiten de beleidsmatige en theoretische overwegingen zoals hierboven geschetst.

Hamnett & Whitelegg (2007, 106) geven aan dat bij hoge vraag naar woningen in binnensteden, er haast geen enkel type bebouwing ongeschikt is om te transformeren naar woningen, indien deze potentieel winstgevend kunnen zijn. De oorzaak is een breder proces van verandering van een industrieel naar postindustriële landgebruik in steden met een groeiende professionele en creatieve middenklasse.

De grootste aantrekkingskracht van voormalige winkels (maar ook kantoren en industriële complexen) in een historische binnenstad is een grote bewoonbare ruimte in een ongebruikelijke bebouwing, de centrale ligging ten opzichte van het centrum en bereikbaarheid tot werk- en sociaal gerelateerde faciliteiten. Op pandniveau, dient de verkoper van de woning idealiter gebruik te maken van de volgende vier factoren als promotie: de historie, design, locatie en lifestyle behorend bij de winkel annex woning (Hamnett & Whitelegg, 2007, 122-123).

Geconcludeerd kan worden dat, met de nodige visie, creativiteit, professionaliteit en kapitaal, transformaties van winkels naar woningen in het merendeel van de gevallen uitvoerbaar zijn, waarbij bouwtechnische barrières een relatief kleine rol spelen. Het aanpassen van het Bouwbesluit en het invoeren en afschaffen van voordelige respectievelijk belemmerende heffing(skorting), heeft tevens de afgelopen jaren gezorgd voor een verlichting omtrent regelgeving. Een speciale toolbox van een Expertteam geeft alle benodigde informatie omtrent ruimtelijk beleid, geluidregels, bouwregels, duurzaamheid en fiscale regels (Baaré, 2014, 1-6).

Nu de globale locatie van potentieel getransformeerde winkels naar woningen is toegelicht, is het van toegevoegde waarde om inzicht te krijgen in de inschatting van transformatiepotentie aannames. Deze kunnen iets zeggen over de geschiktheid van locaties voor transformatie, aannames op terreinniveau, beleidsmatige aannames en algemene aannames over de ontwikkeling van de markt.

De Nieuwe Winkelstraat

Met 'de nieuwe winkelstraat' wordt bedoeld hoe de bovenstaande trends en ontwikkelingen in binnensteden en haar winkelcentra zich globaal uiten in de Nederlandse winkelstraat. Welke innovatie concepten bedenken winkeliers en vastgoedeigenaren om van de winkelstraat een aantrekkelijke consumptie-en verblijfplaats te maken en deze positie te behouden?

Duidelijk moet worden gemaakt, dat ondanks een soms negatieve beeldvorming en toekomstperspectief over fysieke winkels en winkelstraten, haar bestaansrecht voor de komende decennia voor velen een garantie is. Uit onderzoek blijkt zelfs dat winkelstraten, samen met marktpleinen, de meest dominante fysiologische elementen zijn van een persoon zijn mentale beeld van het stedelijk gebied. Zonder commerciële elementen, winkels met reclame uitingen bijvoorbeeld, zijn mensen nauwelijks in staat het verloop van een straat op te roepen. Herinneringen en belevingen van individuen in een stad worden sterk beïnvloed door de winkels die daar gevestigd is (Bendikat, 2002).

Een fysieke winkel kan thans niet zonder online aankoopmogelijkheden, en omgekeerd geldt (met uitzonderingen daargelaten, zoals het Amerikaanse Amazon), hetzelfde. Fysieke winkels stimuleren online aankopen, een Europese retailer rapporteert dat 5% van de online verkoop plaatsvindt in de directe nabijheid van een winkel, terwijl slechts 3% van de online omzet buiten dit gebied plaatsvindt (Rigby, 2011, 64-93). Een representatief onderzoek in 2016 onder 46.000 Amerikanen geeft aan dat slechts 7% 'alleen online-kopers' zijn en 20% 'alleen winkel-kopers'. Maar liefst 73% gebruikt een (zeer diverse) combinatie van online en fysieke aankoopmogelijkheden, de zogenaamde 'omnichannel' klanten. Deze omnichannel klanten zijn waardevol, ze geven gemiddeld 4% meer uit bij elke winkelgelegenheid in de winkel en 10% meer online dan diegene met slechts één aankoopkanaal (Sopadjieva, Dholakia & Benjamin, 2017, 1-2).

De toekomst en de kracht van de retail sector ligt dus in de combinatie van enerzijds de fysieke winkel met anderzijds de enorme mogelijkheden die online biedt. Concreet houdt dit in bijvoorbeeld een stijgende vraag naar kleinere winkelruimtes wegens minder behoefte aan magazijn capaciteit op dure locaties waar beleving centraal staat, en in veel mindere mate een grootte voorraad.

Winkels zullen t.o.v. van online winkels overeind blijven, als ze de combinatie aangaan met online, en/of voldoen aan specifieke voorwaarden. Luxe winkels, goedkope winkels (Action, Primark) en winkels die inspelen op beleving (ambachtelijke winkels of familiewinkels) zijn slechts enkele voorbeelden daarvan (Lekkerkerker, 2016, 89).

Volgens Ouwehand & Haringsma (2016, 41-43) zijn grote inspanningen nodig om een winkelcentrum in topconditie te realiseren en te behouden, zeker buiten de A1 gebieden.

Zij gebruiken daarbij het volgende stappenplan:

- Zet de gebruikers **centraal**: Interactie is het sleutelwoord vanwege de primaire functie die de mens bekleedt.
- Zorg voor voldoende ruimte om te **vernieuwen**: Continu kunnen meebewegen met de veranderende wensen en behoeften van de consument, vooral van onderaf of van binnenuit. Oftewel lokaal ondernemerschap en creativiteit.
- Genereer een herkenbare eigen **identiteit**: Dit zorgt voor de meerwaarde ten opzichte van andere gebieden. De eenheidsworst die de afgelopen decennia de winkelcentra heeft gekenmerkt, is definitief verleden tijd. Hier kan een bredere functiemix in een aanloopstraat haar meerwaarde bewijzen

Als het onderscheidend vermogen van een winkelstraat niet meer haar belangrijkste functie, namelijk het verkopen van producten (en diensten) is tegen een aantrekkelijke prijs, zullen andere redenen de consument moeten lokken. Een van deze redenen, of verleidingen zoals verwoord door Boer (2015, 30-31), is cultureel erfgoed. Voor veel binnensteden maakt het culturele erfgoed een belangrijk onderdeel uit van het DNA waarvan de stad kan profiteren.

Zo hebben sommige winkelstraten vroeger een andere functie gehad. Als je dat weet, is er minder aanleiding om krampachtig aan de winkelfunctie vast te houden. In het geval van Venray zijn in winkels functies teruggekeerd die daar in het verleden gevestigd waren: horeca, alternatieve bedrijvigheid en zorgwoningen.

Ook de historische binnenstad van Zutphen is recentelijk onderhanden genomen, waarbij de rol van erfgoed in het creëren van een aantrekkelijk ondernemers- en vestigingsklimaat bepalend was en uiteindelijk leidde tot het winnen van de BNG Bank Erfgoedprijs. Voorbeelden zijn hippe bedrijvigheid in een voormalig koelhuis, een restaurant in een oude stadstoren, een bibliotheek in een kerk en een hotel in een klooster. De betrokken wethouder geeft aan dat de combinatie gezocht dient te worden in leefbaarheid, toekomstbestendigheid en esthetisch vernuft (Van Eerd, 2017).

De volgende paragraaf zal dieper ingaan op de mogelijkheden die cultureel erfgoed kan betekenen voor een aanloopstraat.

Transformeren, en dan...?

De gedachte dat een aanloopstraat na een transformatie van haar algemene functie van winkels naar wonen 'klaar en succesvol' is, is allesbehalve te verdedigen. Nederlandse instellingen en experts pleiten bij centrum- en straatanalyses voor het opstellen van een zogenaamde 'biografie', als voorwaarde waaruit en transformatie naar een andere functiemix begeleidt kan worden.

Door een duik te nemen in de geschiedenis van het gebruik van de panden en de openbare ruimte, is een analyse mogelijk van de ontstaansgeschiedenis van de winkelstraat in relatie tot de ontwikkelingen van de stad in zijn geheel. Dit geeft inzicht in het ontstaan van de leegstand, en tegelijkertijd aangrijpingspunten voor mogelijke oplossingen. De nieuw verworven perspectieven laten zien dat de opgave niet uitsluitend economisch is, maar dat een straat vraagt om een infrastructurele of stedenbouwkundige benadering, of juist een ruimtelijk-economische strategie. Belangrijk is ook de aanpak waarbij kwaliteit van een straat of pand opnieuw zichtbaar worden gemaakt en zo de voorgeschiedenis input geeft voor

hernieuwde kwaliteiten. Zo heeft de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed verschillende bijeenkomsten georganiseerd voor gemeenten waarin men tot de conclusie kwam dat aanwezige cultuurhistorie van gebieden in de vorm van gebouwen, markante plekken, historische structuren gekoppeld aan verhalen over de functie van de panden en het gebied, een belangrijk onderdeel zijn van een nieuwe strategie voor de winkelstraat (Werkplaats de Gruyter, 2016, 11).

Steden en regio's zijn in een permanente concurrentiestrijd verwickeld met elkaar in het aantrekken van bedrijven, bewoners, investeringen en toeristen. Aantrekkelijke frames worden gecreëerd om het eigen imago positief te beïnvloeden. De rode draad is dat grote of kleine projecten in straten, buurten of steden, baat hebben bij het aansluiten bij de lokale eigenheid van plekken, bewoners en gebruikers. Deze stedelijke identiteit is belangrijk bij stedelijke ontwikkeling: ondanks alle mogelijkheden die de virtuele wereld van het internet ons biedt, voelen personen zich verbonden met fysieke plekken (Verheul, 2015, 35-36). Zo is het bekend dat economische activiteiten en sectoren, gestuurd door overheden, doorgaans weinig kans van slagen hebben indien niet aangesloten en voortgebouwd wordt op de al aanwezige cultuur van bedrijvigheid. Hetzelfde geldt voor andere (economische) sectoren zoals detailhandel en woningbouw. De identiteit van een stad, buurt of straat wordt door haar geschiedenis gevormd. Zo ontstaat een padafhankelijkheid die de ontwikkelingsstrategie van een stad of straat conditioneert (Verheul, 2015, 42).

Wat waarderen personen aan cultureel erfgoed als belangrijke drager van de lokale identiteit, zowel materieel als immaterieel? In het geval van een straat met historische referenties, die talloze (middelgrote) Nederlandse steden herbergt, spreekt men voornamelijk over de volgende drie typen waarden van cultureel erfgoed (Ruijgrok, 2004, 3-5):

- Cultuurhistorische waarde: bestaat uit de waardering voor sporen, objecten en structuren die zichtbaar of niet zichtbaar deel uitmaken van onze leefomgeving. In veel gevallen bepalen de cultuurhistorische waarden de identiteit van een plek of gebied en bieden ze aanknopingspunten voor toekomstige ontwikkelingen
- Socio-economische waarde: cultuurhistorische erfgoed trekt toeristen en andere bezoekers (recreatieve belevingswaarde) en panden met historische kenmerken zijn meer waard (woongenotswaarde of vastgoedwaarde). Daarnaast is erfgoed een belangrijk onderdeel van het imago oftewel de 'branding' van een straat, buurt of stad, en weegt zodanig mee bij de locatiekeuze van (toekomstige) bewoners, bezoekers en bedrijven.
- Belevingswaarde: de mate van verbondenheid met cultureel erfgoed. Heeft te maken met emoties.

Erfgoed en historische referenties in winkelstraten worden in toenemende mate gezien als onderdeel van een stedelijke identiteit. Veranderingen in denkbeelden, veroorzaakt door een hoogtij vierende stedenbouw gericht op functionalisme vanaf de jaren '50, zorgde voor een kaalslag en vernietiging van ruimtelijk erfgoed in de Nederlandse binnensteden. Pas vanaf de jaren '70 drong een nieuw besef door waarin het belang van herbergzame binnensteden en cultuurhistorie voor de identiteit van steden herontdekt werd (Ministerie van Infrastructuur en Milieu, 2013, 67-68).

Hedendaags wetenschappelijk onderzoek laat zien het belang van historische verwijzingen en aanwijzingen en fysiek cultureel erfgoed. Taboroff, Botanova & Filin (2015, 7-8) geven

aan dat vanwege de toenemende vraag naar hedendaagse *retail experiences*, hernieuwde aandacht gevestigd is op het rehabiliteren van stedelijke erfgoed om deze middelen zowel te gebruiken als ze te behouden vanwege hun sociale en culturele waarde. Daarnaast kan (cultureel) erfgoed ingezet worden als marketing tool, als tegenhanger van wereldwijd gestandaardiseerde winkelformules.

Zichtbaar stedelijk cultureel erfgoed in bijvoorbeeld aanloopstraten, kan uitgedrukt worden in de fronten van gevels. Het karakter van een specifieke straat is kenmerkend en uniek ten opzichten van elke andere straat. Winkelgevels zijn een bezienswaardigheid op zich, door veranderende mode uitingen reflecteren ze de geschiedenis en straatbeeld van een plek. Winkelgevels zijn tevens het publieke aangezicht van de winkel die achter de façade liggen. Architectuur details van de winkelfront zijn vaak het laatste stukje origineel materiaalgebruik van de gehele winkel. Dit voegt 'smaak' toe aan de straat, en zijn tevens onderdeel van het architectonische cultureel erfgoed. Door de diversiteit aan winkelfronts te behouden als gedenkstee van de geschiedenis, maken gemeenschappen een statement over het karakter van de locatie, en wat zij waarderen uit het verleden (McCann, 2002, 16-17).

Niet alleen winkels hebben baat bij een aantrekkelijke bouwstijl met indien aanwezig, goed onderhouden historische referenties in het winkelaanzicht, hetzelfde geldt voor woningen. Het terugbrengen van aloude glorie en onderhoud ervan, zorgt in het gros van de gevallen voor een waardestijging van woonvastgoed. Dit uit zich via het feit dat volgens onderzoek vastgoedeigenaren in verschillende Nederlandse steden bereid zijn om tot maximaal 20% extra te betalen voor een woning met monumentenstatus. Ook voor een eenduidig visueel beeld is afstemming qua gevelinvulling en kwaliteit voor winkels en overige functies een goed idee (Lazrak & Rouwendaal, 2013, 25-29).

Kansen aan de rand van het kernwinkelgebied

In dit theoretisch kader is eerder uitgezet waarom aanloopstraten en overige randen van het kernwinkelgebied gevoelig zijn voor de gevolgen van een ongunstig ondernemersklimaat met als belangrijkste uitvloeijing de leegstand van winkels. Met dit gegeven, dienen zich oplossingen en mogelijkheden aan voor de toekomst. Welke zijn dit, welke karakteristieken dient de aanloopstraat van de toekomst te hebben?

Waar stedelijke centra minder gevoelig zijn voor economische conjunctuurschommelingen, kennen de aanloopstraten van nature een hoge(re) omloopsnelheid van functies, concepten en winkels. Waar het centrum van Groningen en Maastricht min of meer hetzelfde eruit zien, krijgt het 'Negen Straatjes'-fenomeen buiten het kernwinkelgebied in steeds meer steden navolging. Door het krimpende kernwinkelgebied ontstaan mogelijkheden voor transformatie op de B- en C-locaties, vaak zelfs als noodzakelijk geacht. Rafelige, organisch ontwikkelde delen van de binnenstad in plaats van eenzijdige winkelgebieden, de zogenaamde 'dwaalmilieus'. Naast winkels dienen zich hier ook horeca, ateliers, galeries, culturele voorzieningen, ambachten en tot slot woningen te vestigen. Venlo met haar Cultuurwijk Q4 en de Oosterstraten in Leeuwarden zijn slechts enkele voorbeelden (Ter Beek, 2015, 9-15).

Juist aanloopstraten in binnensteden lijken sfeer en beleving te genereren. Dit is precies waar de huidige consument in de straat om vraagt, ook gezien de vele binnenstadsplannen en detailhandelsvisies die daarop hameren. De monotone hoofdwinkelstraat, aangelegd en ingericht voor de hordes consumenten bieden weinig perspectief meer (Ter Beek, 2015, 9-15).

Ook de slag met de perifere PDV/GDV (perifere- en grootschalige detailhandelsvestigingen) locaties kan gewonnen worden. Niet qua bereikbaarheid en parkeerplaatsen, wél op basis van omvang, samenstelling en kwaliteit van het aanbod. Winkels, horeca, (kleinschalige) musea en andere culturele instellingen zijn mogelijk. Met name de stedelijke structuur, sfeer en ambiance zijn van belang. Aanloopstraten dienen gestructureerde en geplande ontwikkelingen qua beleving en gevoel toe te voegen aan hun algemene karakter. Hier ligt de uitdaging om te kunnen tippen aan de organisch gegroeide historische gebieden, indien deze niet voorhanden zijn (De Soet & Majolée, 2007, 43).

Eigendom, eigenaarschap & investeringen

Het realiseren van de transformatieopgave ligt voor een groot deel in handen van gemeenten. In stedelijk gebied is sprake van sterk versnipperd grondeigendom, grond in eigendom van veel verschillende eigenaren. Maar ook grond, dat nodig is om stedelijke transformatieplannen te realiseren. Net als in vele andere westerse landen, geldt dat diegene die de grond heeft, bepaalt hoe de grond wordt gebruikt, binnen de grenzen van het publiek- en privaatrecht. Deze gecompliceerde eigendomsproblematiek zorgt voor vertraging of hogere (verwervings)kosten om stedelijke transformatie te realiseren. De onderlinge relatie tussen grondeigendom en transformatie van en binnen stedelijk gebied is in Nederland nog niet diepgaand onderzocht, in tegenstelling tot bijvoorbeeld het Verenigd Koninkrijk, aldus Buitelaar, Segeren en Kronberger (2008, 12).

Transformeren van detailhandel naar woningen, is ten eerste een forse investering voor de vastgoedeigenaar. Een goede verstandhouding tussen vastgoedeigenaar en gemeente, die vaak actief beleid voert tegen leegstand, is belangrijk. De slaagkans van transformatie van langdurig leegstaande panden naar andere bestemmingen, wordt dan ook voor een groot deel bepaald door de vastgoedmarkt en de verhoudingen tussen beide. Voor gemeentes geldt leegstand als een maatschappelijk probleem, terwijl voor vastgoedeigenaren het voornamelijk financieel is (Rijksdienst voor Ondernemend Nederland, 2017, 2).

Het type eigenaarschap zegt over het algemeen veel over het proces en de mate tot bereidheid omtrent transformaties van vastgoed. Casestudies uit Nijmegen, uitgevoerd door Stoffels (2016, 9) geeft duidelijk weer de verschillen tussen lokale beleggers/ontwikkelaars en niet lokale beleggers/ontwikkelaars. De (niet-lokale) institutionele belegger baseert zich voornamelijk op marktanalyses en financiële doorrekeningen en volgt een vast stappenplan voor de besluitvorming. De aanpak van de lokale/regionale belegger en de eigenaar/gebruiker is minder gebaseerd op het gebruik van rapporten en landelijke data trends dan de institutionele belegger. Een mix van rapporten, eigen gezond verstand, maar nog vaker gebaseerd op eigen lokale ervaringen kenmerkt de lokale of regionale belegger. Deze belegger heeft een sterke binding met de stad en een hart voor de stad speelt een overduidelijke rol bij het investeren. De bereidheid van de een vastgoedeigenaar bij het inzetten van private instrumenten (door bijvoorbeeld de huur te verlagen), wordt bepaald door de persoonlijke keuze van deze vastgoedeigenaar. Het bewustzijn dat leegstand een negatief effect heeft op een gebied en ten tweede de lokale betrokkenheid. Deze bestaat uit de emotionele binding met een gebied en betrokkenheid bij organisaties en overleggen (Stolwijk, 2012, 7-8).

Een nieuwe trends in de wereld van vastgoedinvesteringen is dan ook 'hyper local knowledge' (Pacurar, 2017; Zerucha, 2015). In een vastgoedsector waarin de

ondernemingen groter en groter worden, wordt het steeds moeilijker, en daardoor belangrijker om lokale expertise te kunnen leveren aan klanten. De termen 'small batch' (beperkte omvang) en 'craft' (iedere situatie een eigen aanpak) zijn hierin cruciaal.

Van der Linden (2011, 87) verwoordt het als volgt: "De binding met de Nederlandse vastgoedmarkt is van belang. Wanneer Duitse beleggers of grote institutionele buitenlandse beleggers vastgoed in handen hebben, is de binding en daarmee kennis in mindere mate aanwezig en wordt niet ingezien dat herontwikkeling noodzaak is". En "voor een onderneming in het buitenland is het moeilijker om er 'bovenop te zitten' en juist de kleinere ondernemingen zitten meer bovenop de mogelijkheden van het eigen pand en beschikken daardoor over meer kennis".

Wie inzoomt op kleine aanloopstraten, stuit vaak op een wespennest van bv's en vastgoedspeculanten die soms elke bemoeienis schuwen of zelfs tegenwerken. Zelfs in grote steden met een sterke retailmarkt als Utrecht en Amsterdam doet zich deze situatie voor. Kleine vastgoedeigenaren zullen niet snel ingaan op een uitnodiging van de winkeliersvereniging om te praten over huurverlaging. Daarom is het belangrijk om juist daar de problematiek op bestuurlijk niveau aan te kaarten, aldus Van Hees (2017).

Nederlandse (en Belgische) aanloopstraten kennen vaak een vrij versnipperde eigendomssituatie. Eigenaarschap waarvan de ondernemer geniet van een welverdiende rust en het pand reeds is afbetaald of het pand is in tweede of derde generatie gekomen (Paelinck, 2017, 33)

Het stigma rondom huurders gaat uit van een lager verantwoordelijkheidsgevoel en binding met het vastgoed dat bewoond wordt. Andersom, gaat bijvoorbeeld de Nota Wonen uit 2000 ervanuit dat eigenwoningbezit leidt tot grotere verantwoordelijkheid voor de woning en de omgeving, en de meer vermeende dan aangetoonde grotere participatie in de sociale omgeving (Noordenne, 2010, 19).

Andersom geldt ook, dat wanneer een woning (vaak huur) slecht onderhouden is, de bewoner weinig betrokken is

<https://www.usp-mc.nl/nl/artikel/457/een-slecht-onderhouden-woning-resulteert-in-een-weinig-betrokken-huurder/>

Tot slot bestaat er ook nog een binding van de bewoners met hun dorp of staat. Nederlanders specifiek, en Europeanen in het algemeen, staan bekend als relatief beperkt verhuisgeneigd. Ze voelen zich verbonden met hun woonomgeving en zijn tamelijk honkvast. Als er al verhuis wordt, dan is dat primair lokaal en regionaal. Dit kan als opmerkelijk beschouwd worden, in een tijd waarin een moderne competitieve diensteneconomie van werknemers niet alleen in psychologische zin, maar ook in fysieke zin verwacht dynamisch en mobiel te zijn (Ester, Evers, Fouarge, Kerkhofs, Román & Wilthagen, 2008, 130-134).

Funciemix, *fusion* en *blurren* in (aanloop)/winkelstraten

Het toepassen en bevorderen van een funciemix in het woon-en retaillandschap van steden is een trend die sinds enkele tientallen jaren zichtbaar is. Een toename van de mix, met name woningen, in het landgebruik zou een positieve bijdrage moeten hebben op het planningsbeleid. Een duurzamere lifestyle en het verminderd gebruik van de auto waren voornamelijk de intentie en slechts enkele voorbeelden. Daarnaast, en met name van toepassing op de detailhandel in het hier en nu, is een aantrekkelijker, leefbaardere en

veiligere stad of dorp om in te leven, werken en recreëren (Coupland, 2004, 1). Grant en Perrott (2011, 178) voegen hieraan toe dat net zoals publieke ruimtes, lokaal georiënteerde detailhandel een bron is van zogenaamde 'authentieke gemeenschappen'. Deze lokale detailhandel verkoopt de dagelijkse benodigdheden, zodat inwoners de auto thuis kunnen laten en zich voortbewegen door goed ontworpen en compacte wijken.

Vanuit beleid wordt een functiemix vaak mogelijk gemaakt op lokaal niveau, echter beïnvloeden markt factoren (zoals consumenten gedrag en bedrijfsspecialisatie) de kans op invoering hiervan. In de praktijk, stuit de 'community design' theorie, die uit gaat van het gegeven dat een functiemix een natuurlijk gegeven is maar in het verleden onderdrukt door beleid dat segregatie afdwingt, op culturele, economische en politieke factoren die de mix inperken (Grant & Perrott, 2011, 178).

De reden waarom transformaties ontstaan tijdens en na periodes van economische recessie en leegstand, wordt geanalyseerd door Ossokina, Svitak & Teulings (2017, 16-19). Transformatie naar een ander grondgebruik is namelijk een natuurlijke reactie van de vastgoedmarkt op de afnemende rentabiliteit van specifieke winkellocaties. Een deel van de leegstaande locaties zal omgezet worden naar een andere functie omdat de kans dat de leegstand na de recessie structureel is, groot is. Circa 2.5% van de vastgoedobjecten in 50 grotere gemeenten (aangesloten bij de Retailagenda) die in 2010 winkel waren, zijn in 2016 getransformeerd naar een andere (gemengde functie). De functies 'bijeenkomst' (kunst, cultuur, godsdienst, opvang en voornamelijk horeca) en 'wonen' hebben het gros van de herbestemming op zich genomen. Deze transformaties vinden voornamelijk aan de rand van de winkelgebieden plaats, en daarmee (de randen van) aanloopstraten. Deze locaties zijn qua winkellocatie minder succesvol, maar kunnen wel aantrekkelijk zijn voor gebruik als wonen, horeca of cultuur. In veel gebieden ziet men dat de prijzen van woningen sneller stijgen dan bij de winkels, wat de transformatie rendabel maakt.

De rol van (lokale) overheid

Een landelijk retailbeleid of visie is niet aanwezig in Nederland. In Nederland ligt de kerntaak van een zorgvuldig vormgegeven retailvisie dan ook op een lager niveau dan op rijksniveau, namelijk bij de provincies en gemeenten.

Provincies zijn bij uitstek de regionale belangenbehartigers en de tussenlaag om samen met betrokkenen tot grensoverschrijdende inzichten en oplossingen te komen. Zorgen voor regionale samenhang en afstemming is dan ook de kerntaak van provincies. In Noord-Brabant en Noord-Holland stelt de provincie een regionale detailhandelsvisie van gemeenten bijvoorbeeld verplicht. Gemeenten dienen na deze afstemming tot lokale acties over te gaan (De Rouwe, 2016).

Meer dan 150 gemeenten in heel Nederland hebben onder het mom van de Retaildeal, geïnitieerd vanuit het ministerie van Economische Zaken, een verdrag getekend waarin met alle belanghebbenden een visie dient opgesteld te worden tot een gezamenlijk actieprogramma. Zo draagt de nationale overheid haar steentje bij als aanjager en adviseur van regionale en lokale actoren in de strijd tegen leegstand en ter bevordering van vitale en aantrekkelijke (winkel)centra in heel Nederland (Möller, 2016; Camu, 2018).

Voordat specifiek de rol van de gemeente wordt besproken bij de transformatie van detailhandel vastgoed, is het van belang de rol van de gemeente te bespreken die het idealiter moet vervullen bij het aantrekkelijker maken van winkelcentra in (middelgrote) steden.

Volgens RetailLink en URBACT (2017, 6-19), programma's opgesteld door de Europese Unie vanuit het Regionale Ontwikkelings Fonds, is detailhandel van groot belang in de kern van een stad of dorp vanwege de functie die het voor de burger bewerkstelligt: sociaal, cultureel, ontspanning, entertainment en winkelen zijn enkele functies. Daarnaast zorgt detailhandel voor het genereren van allerlei activiteiten in de buurt. Kleine lokale ondernemers zijn degene die gebruik maken van de begane grond zodat de straat of buurt bewoonbaar blijft en tegelijkertijd aanbod generen van gemakswinkels voor de lokale zodat dagelijkse behoeften lokaal verkregen kunnen worden.

Om het lokale centrum zo aantrekkelijk mogelijk te maken, dienen de basis voorzieningen aanwezig te zijn: supermarkten en aanvullende ondernemers. Parkeergelegenheden en bereikbaarheid (zowel fysiek als online) zijn voorbeelden van voorwaarden die een stad een goede optie bieden als aantrekkelijk winkelgebied voor lokalen en bezoekers uit het verzorgingsgebied te worden beschouwd. Tot slot dient het winkelgebied compact te zijn, een gouden regel is 400 meter afstand die mensen maximaal moeten lopen vanuit het centrum naar de rand van het winkelgebied (URBACT, 2017, 6-19).

De compacte stad heeft ook in het wetenschappelijke veld in aanzien gewonnen. In toenemende mate wordt het concept van de compacte stad ingezet als antwoord op de wijdverspreide erkenning dat meer duurzame modellen ontwikkeld dienen te worden voor steden en dorpen (Burton, 2000, 1969).

De voordelen die de compacte stad met zich mee zou brengen zijn, volgens Masnavi (2000, 64-65) als volgt:

- Een betere bereikbaarheid van voorzieningen
- Een verminderde behoefte om (lange) afstanden af te leggen
- Een betere gezondheid (betere voorzieningen en minder schadelijke stoffen in de lucht)
- Sociale interacties (mogelijkheden tot sociaal contact)

Een ontwikkeling van de laatste decennia om aantrekkelijke binnensteden te creëren en te behouden is het toenemende mate gebruik van (binnen)steden voor (commerciële) evenementen en activiteiten. Onderzoek heeft zich tot op heden voornamelijk gericht op het vermogen van evenementen om het beeld van een plaats te veranderen, toerisme aan te trekken of het genereren van inkomen en werkgelegenheid. Onderzoek richt zich dan ook steeds vaker op holistische evenement-gerelateerde effecten van meerdere evenementen in een stad of regio op langere termijn, in plaats van de effecten van op zich zelf staande evenementen. Steden zetten zich steeds vaker in om beleid uit te stippelen om evenementen als een geïntegreerde benadering te bezien binnen een breder politiek framework (Richards, 2017, 3). Gemeenten zijn hierbij over het algemeen verantwoordelijk voor vergunningverlening en medeverantwoordelijk voor zaken als planning, veiligheid, verkeer en afval. Een verschil in belang vanuit de gemeente, 'de industrie', ondernemers en/of bewoners kan potentiële problemen opleveren bij de gemeenschap, die zich niet gehoord of erkend voelen. Gevolg kan zijn actieve tegenwerking en sociale onrust, en een beperktere

omgang met evenementen en activiteiten in de openbare ruimte (Phi, Dredge & Whitford, 2014, 406).

Waar aanloopstraten van groot belang zijn voor de uniciteit en diversiteit van het winkelaanbod, heeft leegstand een negatieve uitwerking die door alle betrokken partijen in binnensteden op korte of lange termijn zoveel mogelijk vermeden dient te worden.

Gemeenten zijn in veel gevallen initiatiefnemers in projecten om de leegstand terug te dringen. Dit omdat leegstand grote gevolgen heeft voor de leefbaarheid in haar gemeente. Daarnaast kan bijvoorbeeld de veiligheid in het beding komen, en is tevens verspilling van schaarse grond een reden om in actie te komen.

Gemeenten zijn ook vaak initiator van een overkoepelend centrummanagement. Zij dienen onder meer de organisatiegraad van ondernemers te activeren, ontwikkelingen in het vakgebied te monitoren, aan te sturen op een evenwichtige branchering en collectief inkopen te doen. Het dient onder meer als schakel tussen de publieke instellingen en de private partijen. Een hoge organisatiegraad in het centrummanagement (afhankelijk van de samenstelling ervan) en overige ondernemersverenigingen maakt van deze overkoepelende actoren een krachtige en eensgezinde spreekbuis vanuit de detailhandel (Blommensteijn & Van Aarle, 2014, 109).

Gemeenten zijn echter niet verantwoordelijk voor de gehele problematiek, maar hebben wel een uitgebreid instrumentarium in handen om de situatie te beïnvloeden (Mostert e.a., 2011, 5). Volgens Van Giezen (2013, 12) speelt de gemeente een belangrijke rol in een transformatieproces. Een proactieve gemeente is goud waard, met name draagvlak en daadkracht op bestuurlijk niveau blijkt van groot belang te zijn.

Een gemeente dient echter, als de situatie daarom vraagt, structurele en ingrijpende maatregelen te nemen. In krimpgebieden met structureel winkelleegstand dient het faciliteren en stimuleren van transformaties, zoals overeengekomen in de Retailagenda tussen Rijksoverheid en grotere gemeenten, tot uiting te komen in het sluiten van een van de winkelgebieden. Door een winkelgebied te sluiten, verhoog je de levensvatbaarheid van de andere door de klandizie te verhogen. Een pijnlijke beslissing waar onontkoombaar een kamp met verliezers én winnaars bij betrokken is (Ossokina, Svitak & Teulings, 2017, 18-20).

Kwaliteit vastgoed

De beleving van een winkelomgeving wordt vaak gekoppeld aan de grondlegers van het begrip belevingseconomie, Pine & Gillmore uit 1999. Mathwick (2001) onderscheidt hierbinnen 'aesthetics': een belangrijke dimensie waarmee de (visuele) aantrekkelijkheid wordt verstaan van de elementen van de winkelomgeving. Op basis van beschikbare literatuur is uitgewerkt welke kenmerken van de winkelomgeving invloed hebben op de beleving. Deze bevat zowel functionele kenmerken (bereikbaarheid en winkelaanbod) als kenmerken die de zintuigen van consumenten stimuleren.

In de top 10 staan bijvoorbeeld de vorm van gevels, het materiaalgebruik van gevels en het kleurgebruik van gevels. De kwaliteit van gevels blijkt dus van grote invloed te zijn op de positieve beleving van winkelgebieden (Janssen, Van den Berg & Borgers, 2013, 29).

Onderzoek van Nase, Berry & Adair (2013, 173-174) bevestigt dit beeld, en geeft aan dat 'gevel harmonie' en de continuïteit van de bebouwing geassocieerd met relatief nauwe winkelgevels een design factor is dat bijdraagt aan de vastgoedwaarde in de detailhandel. In

het algemeen geldt dat een hogere kwaliteit voor interieur, exterieur en 'urban scale', positieve invloed heeft op de huurpremie.

Door de groei van funshopping, in toenemende mate fungerend als bestaansrecht voor winkelcentra, zijn naast productaanbod en bereikbaarheid, in toenemende mate sfeer, (horeca)faciliteiten en de kwaliteit van de publieke ruimte van groot belang voor de aantrekkelijkheid van een winkelgebied.

Op pandniveau, staan de lay-out (vorm van winkelpand, vrij indeelbaarheid ervan en eventuele hoogteverschillen), de gevel (gevelbeeld inclusief mogelijkheid tot reclame-uitingen), karakter van het pand (uniek en/of historisch) en technische staat (technische conditie zoals onderhoud) in de top in het lijstje van belangrijkste kenmerken (Van der Wal, Kooijman & Remøy, 2016, 29-30).

Volgens de Woningwet is de vastgoedeigenaar verantwoordelijk voor de kwaliteit, het onderhoud en de veiligheid van de gevel. Tel hierbij op dat specifieke gebieds- en gebouwkenmerken een verklaring vormen voor grote verschillen qua functioneren tussen winkelgebieden (Van der Wal, Kooijman & Remøy, 2016, 25). Tot slot zijn aanpassingen aan gevels en vastgoed een relatief eenvoudige en direct zichtbare manier om tot verbetering van het vastgoed te komen, en daarmee het gehele winkelgebied te verbeteren.

Omdat vastgoedeigenaren direct verantwoordelijk zijn voor en belang hebben bij een aantrekkelijke exterieur voor hun vastgoed, is het optimaliseren van de uitstraling van een pand een veelvoorkomend instrument. De renovatie van gevels, het (achterstallig) onderhoud van de wanden of het aanlichten van panden zijn voorbeelden van relatief eenvoudige ingrepen. Vastgoedeigenaren kunnen tevens anticiperen in gezamenlijke luifelaanpak of deelnemen aan een graffiti-project. Nadeel is, dat in de praktijk beleggers het vaak nodig acht dergelijke kwaliteitsverbeteringen door te berekenen door middel van een (vrijwillige) huurverhoging (Blommensteijn & Van Aarle, 2014, 119).

Nu de consument meer en meer zijn zinnen zet om beleving te consumeren tijdens een dagje winkelen, blijft de eerste blik op een winkel een belangrijk afwegingsmoment waarop de consument besluit binnen te treden of niet. De eerste blik dient uit te nodigen tot een uniek, inspirerend bezoek waarin zintuigen geprikkeld worden en beleving centraal staat. 86% van de jongvolwassenen gelooft dat de fysieke winkel belangrijk is in het online winkelproces. Een bezoek aan een fysieke winkel wordt beschouwd door jonge generaties als zeer belangrijk, vanwege 'het kunnen zien en voelen'. De fysieke winkel gaat de online winkel complementeren, en dient daarbij als showroom (de Architect, 2013). De gevel als visitekaartje die de eerste beslissende indruk verzorgt, blijft onverminderd van belang.

Het belang de openbare ruimte

De befaamde Jane Jacobs (1961) en anderen, zoals Gehl (1989) en Cook (1980), beargumenteren dat de sleutel tot succesvolle stedelijke omgevingen voornamelijk voortkomt uit het leven op en rond straten inclusief de verschillende manieren waarop activiteiten voorkomen in en door gebouwen en ruimten (Montgomery, 1998, 6).

Volgens Montgomery (1998, 98), is de simpele waarheid achter succesvolle stedelijke plekken de combinatie of mix aan activiteiten in plaats van het gescheiden gebruik ervan.

Steden, of iedere plek waar in hoge dichtheid samengeleefd wordt, zijn groot genoeg om deze economische activiteiten (cafés, boodschappen doen, winkelen, bioscoop, galerieën en uitgaansgelegenheden) te onderhouden. Het behouden van diversiteit ligt simpelweg in het feit dat ze bestaan, binnen eenvoudige reisafstand en inclusief relatief grote aantallen mensen met verschillende smaken.

Samenvattend, is het publieke leven de essentie van urbanisme. De stad maakt het mogelijk om mobiliteit, commercie, democratie, innovatie en creativiteit te faciliteren in het wervelende bestaan van de mens, op de grens van publiek en private ruimtes. Hier ontmoeten huizen, werkgelegenheid, winkels en openbare gebouwen de straat, het park en de pleinen (Grant, 2014).

In theorie is de waarde van de openbare ruimte dus groot. In praktijk wordt deze sterk geremd door het gegeven dat publieke ruimtes niet ontworpen en gebruikt worden aan de hand van deze theorie. Wetenschappelijk onderzoek naar het gebruik van de openbare ruimte in een context van vrijetijdsbesteding (*leisure*), een functie die zeker van toepassing is op winkel-en aanloopstraten, is daarnaast beperkt aanwezig (Johnson & Glover, 2013).

Literatuur van beide kanten van de Atlantische oceaan onderstreept enerzijds de verloedering en achteruitgang van publieke ruimtes door bijvoorbeeld privatisatie en achterstallig onderhoud, en anderzijds de importantie en erkende waarde van een hoogwaardige publieke ruimte. Empirische onderzoek onderstreept overduidelijk dat publieke ruimtes vele economische, gezondheids- en milieu-gerelateerde en sociale voordelen kennen. Toepasbaar op de (gemengde) winkelstraat is bijvoorbeeld een verhoging van vastgoedprijzen (tot op een zekere hoogte een voordeel), een aanjagend effect betreffende investeringen, stimulering van de regionale economie, promotie van de sociale cohesie, het beperken van criminaliteit en ongepast gedrag en tot slot duurzame vormen van transport aanmoedigend (Carmona, De Magalhães & Hammond, 2008, 6-7).

Na decennia van verloedering en criminaliteit in binnensteden, tot circa de jaren '90/'00, is de stad er dus opnieuw in geslaagd om grootschalige leefbaarheid te creëren, aldus Janssens (2017, 8-9). Een hoge dichtheid gecombineerd met een rijke mix aan functies en een hoogwaardige publieke ruimte zorgen voor levenskwaliteit, maatschappelijke meerwaarde, socio-culturele rijkdom en kwalitatieve mobiliteit.

Hoe dit te bewerkstelligen? Bouw opnieuw voor de mensen. De dramatische aangroei van bijvoorbeeld autoverkeer heeft er voor gezorgd dat de kwaliteit van het stadsleven drastisch aangetast werd. Om de levendige stad te herontdekken, dient de stad en straat weer aan de voetganger en fietser te worden geschonken. Belangrijke ingrepen dringen zich op om onze openbare ruimte kwalitatief in te richten, specifiek voor de menselijk maat en dimensie.

De echte kracht van de binnenstad zit 'm dan ook niet meer in de winkelfunctie perse, aldus Janssen (2017). Een sterke binnenstad is in staat cultuur, evenementen, horeca en de fysieke ruimte met elkaar te verknopen. Stedelijkheid staat in 2035 voor verwevenheid van functies als retail, horeca, vrijetijd, cultuur en niet-materiele aspecten als comfort, emotie en beleving. Kunst en cultuur mogen zich daarbij verheugen op een grote populariteit. Het is dus de wijze waarop de binnenstad inspeelt op een (mogelijk) krimpend draagvlak, wat voor veel (middelgrote) binnensteden onvermijdelijk is, en tegelijkertijd het aanbieden van een centrum gekenmerkt door attractiviteit en hoogwaardigheid omtrent consumptie en beleving.

Mehta (2007, 175-177) onderzocht op basis van bestaande literatuur en uitgebreide observaties, 11 fysieke karakteristieken van gebouwen en straten die van grote invloed zijn op het gebruik en de ervaring van de straat als sociale activiteit. Voorbeelden zijn: het aantal zelfstandige ondernemers, mate van personalisatie van de winkelgevel, het aantal publieke zitmogelijkheden, de breedte van het voetpad, percentage schaduw van bomen en het aantal overige straatmeubelen en fysieke objecten die gebruikt kunnen worden om op te zitten en tegenaan te leunen.

Een nieuwe trend in de inrichting van binnensteden en aanloopstraten is het toevoegen van muziek-en lichtinstallaties. Op retaillocaties zou muziek kunnen zorgen voor het sturen van aankoopgedrag. Shoppen is naast het definiëren van iemands status en utilitaristisch, voornamelijk ook een activiteiten waarin een identiteit gecreëerd wordt. Vandaar dat muziek gezien moet worden binnen het raakvlak van materiele cultuur, sociale actie en subjectiviteit (DeNora & Belcher, 2000, 82). Het onderzoeksterrein naar licht- en geluidinstallaties in winkelgebieden vind vooral plaats binnen winkels in shopping malls. Uitkomsten van de effectiviteit van dit soort systemen is dan ook onduidelijk in de Nederlandse context van een aanloopstraat.

Nederland kent enkele voorbeelden waarin licht en geluid toegepast zijn, een voorbeeld is Veghel, waar de reacties op het plan van onder meer Cor Molenaar, Philips en de plaatselijke ondernemersvereniging, zeer verdeeld zijn. Molenaar en de gemeente zijn tevreden met een visueel aantrekkelijke passage, het Lichtstraatje, waar muziek en verlichting in de primaire winkelstraat, een “belevingsgebied creëert door de zintuigen met dynamische en interactieve verlichting, geluid en de beleving van groen te prikkelen.” (Binnenlands Bestuur, 2013).

Stevige kritiek is er ook, onder meer van Hans van Tellingen, algemeen directeur en oprichter van Strabo, een vooraanstaand adviesbureau in marktonderzoek en vastgoedinformatie. Samen met Rodenburg (2018, 3) geeft hij aan dat een belevenis pas waarde krijgt als de beleving ook betekenis heeft. Want niet altijd is de beleving positief. “LED-lampjes in een piepklein steegje in Veghel kunnen wat sneu overkomen. Maar het grootste LED-scherm ter wereld – in het Westfield World Trade Center in New York - is ‘mesmerizing’”. Als de basis van het winkelgebied niet in orde is, zoals in Veghel, heeft het toevoegen van toeters en bellen geen enkele zin. Pas als de basis wél in orde is, met ‘kennis over de klant en niet-klant’, passende winkels in het verzorgingsgebied, duidelijke routing, aaneengesloten winkelgebied (geen ‘losse plukjes bewinkeling’), makkelijk parkeren én een klantgerichte wijze van werken, heeft het toevoegen van beleving zin (Van Tellingen, 2015).

Het belangrijk in ogenschouw te nemen welke doelgroepen betrokken zijn en gebruik maken van je winkelstraat. En daarbij dus ongevraagd blootgesteld worden aan zintuigelijke invloeden als gelicht en geluid. DeNora & Belcher (2000, 98) geven bijvoorbeeld aan dat oudere mensen een winkel, maar ook een winkelstraat, benaderen met een duidelijk doelgerichtheid, en daarbij minder waardering hechten aan esthetische vormen van ‘afleiding’.

Tot slot is het vermelden waar een nieuwe trend in het retaillandschap, namelijk het prioriteit geven aan verduurzaming, vergroening en maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). Het winkelgedrag van de consument verandert, hij/zij laat zich steeds vaker leiden door duurzaamheidsaspecten, en winkelt liever in gebieden waar het winkelaanbod uniek is. Steekproducten hebben de voorkeur boven doorsnee artikelen die online gekocht worden. Dit laatste zorgt tevens voor minder vraag naar winkelvloeroppervlak. Wat we terugkrijgen zijn gemengde, groene en duurzame straten. Andere voorzieningen zoals wonen en cultuur

worden toegevoegd en duurzaamheid stoomt op, bijvoorbeeld in het aanbod van streekproducten en 'levend groen' in de vaak versteende straten (BZO, 2010, 2).

Zo beargumenteren Götz en Overeen dat groene gevels de consument een comfortabel gevoel geeft. Ze zijn minder gestrest en blijven langer. Verduurzaming van winkels zou consumenten terug kunnen lokken naar winkels, waar leegstand juist toeneemt door online shoppen (Simons, 2011).

Het moge duidelijk zijn dat hoogwaardige, goed doordachte openbare ruimtes, van groot belang zijn voor de transformatie van (aanloop)straten in winkelcentra. De combinatie dient gezocht te worden met een stad inclusief straten waarin functies naast elkaar maar ook gecombineerd dienen te worden ontwikkeld en gekoesterd.

Het fenomeen 'blurring' speelt hier een grote rol in: functies van diverse winkelformules worden gecombineerd (Van Herreweghe, 2017, 117). Aanloopstraten lenen zich uitermate voor het experimenteren met ambachtelijke en culturele functies vanwege de beduidend lagere huurprijzen. Het is echter belangrijk om te blijven investeren in attractiviteit: de behoefte aan beleving en authenticiteit groeit. Aanloopstraten kunnen hieraan voldoen door een samenspel van kwaliteitswinkels met speciale (lokale ambachtelijke) producten en goede service, horeca, ambachten en vastgoed met een bijzondere architectuur of een bijzondere invulling (Raven & Rindertsma, 2012, 15).

Parkeren in binnensteden

Een van de belangrijkste bronpunten in de stad, is een parkeergarage of parkeerterrein. Een bronpunt is een verzamelpunt van verkeer, waarvandaan stromen bezoekers de binnenstad binnenkomen. Andere voorbeelden zijn een treinstation of een grote fietsenstalling (Binnenstadsmanagement, 2011, 2). Aanloopstraten dienen zich te onderscheiden ten opzichte van het kernwinkelgebied, dat kan onder andere door een bronpunt zo goed mogelijk te benutten. Inzetten op een goed bereikbaar parkeerterrein tegen zo'n min mogelijk kosten voor de gebruiker, is vaak de inzet vanuit de ondernemers uit een aanloopstraat, om zichzelf zo een comparatief voordeel te geven ten opzichte van concurrerende winkelstraten- of centra.

Echter, de aantrekkingskracht van een centrum zal in de eerste plaats door de attractiefactoren van het centrum moeten worden uitgeoefend, zoals sfeer en aanbod. Wanneer een centrumgebied onvoldoende te bieden heeft, zal de consument niet, "vanwege de goede bereikbaarheid", ertoe gebracht worden alsnog een bezoek te brengen aan het centrum. Uiteraard mag hieruit niet de conclusie getrokken worden dat bereikbaarheid en/of parkeren niet belangrijk is, de aantrekkelijkheid van een centrum dient te worden ondersteund door een lage weerstand qua bereikbaarheid en parkeren (Stienstra & Bisschops-Severens, 2010, 2).

Het thema parkeren is al vele jaren een hot item, als het gaat over de tevredenheid van winkelcentra en binnensteden. Regionale kranten en websites staan vol met ergernissen en discussies over met name betaald of gratis parkeren.

In het kort komt het, volgens Mingardo (2015) neer op de volgende patstelling: aan de ene kant zijn er de winkeliers, ontwikkelaars en iedereen die geld verdient met (fysieke) retail, die graag een verlaging of zelfs opheffing van parkeertarieven zien. Aan de andere kant opereert de (lokale) overheid en parkeerexploitanten, die gemaakte kosten graag (minimaal) gedekt

zien worden. De eerste groep is ervan overtuigd dat goedkoper of gratis parkeren tot meer klanten en omzet leidt. De tweede is overtuigd dat mobiliteitsproblemen en minder opbrengsten het gevolg zijn van goedkoper of gratis parkeren.

Opmerkelijk genoeg, bewijst wetenschappelijk onderzoek keer op keer dat het afschaffen van parkeertarieven of het verlagen ervan, géén invloed heeft op het aantal klanten en/of de omzet van winkels. Toch zijn veel middelgrote gemeenten de laatste jaren overstag gegaan om parkeren goedkoper of gratis te maken, zoals Harderwijk en Winschoten. Wat niet betekent dat helemaal geen parkeergelegenheden een optie is, het hoeft alleen niet gratis te zijn (Mingardo, 2015).

Experts geven dan ook het advies om niet de heilige koe, zoals gratis parkeren vaak betiteld wordt, onnodig uit de kast te trekken, maar na te denken over hoe je jouw stad écht aantrekkelijk kunt maken.

Hoofdstuk 3: Methodologie

In dit hoofdstuk wordt uiteengezet welke methodes voor het onderzoek zijn gebruikt. De methode wordt zo nauwkeurig mogelijk weergegeven, zodat de keuzes van de onderzoeker na te gaan zijn.

Algemene onderbouwing onderzoeksmethode

Redenerend vanuit de hoofdvraag (*In hoeverre beïnvloeden fysieke factoren van de openbare ruimte in aanloopstraten in Nederlandse middelgrote winkelcentra de transformatie tot een bredere functiemix?*), is gekomen tot een **kwalitatief wetenschappelijke onderzoeksopzet**.

Door middel van observaties en voornamelijk interviews, is getracht antwoord te geven op de hoofd- en deelvragen. De kern van de methodevergarung bestaat uit het uitvoeren van interviews met betrokken actoren gerelateerd aan het transformatieproces. Voorafgaand aan de interviews, is het van groot belang om de context van specifieke straten te observeren, en vervolgens in woord, kaart en beeld te brengen.

Dit onderzoek gaat uit van een beschrijving van het transformatieproces van twee casestudies, een in Oldenzaal en een in Bergen op Zoom, en welke invloed fysieke factoren van de openbare ruimte hebben op de transformatie tot een bredere functiemix.

Interviews zijn een veelgebruikte methode om case studies te analyseren. Een van de sterkste pluspunten is het bereiken van een holistische uitgangspositie van een bepaald fenomeen, of een serie van opeenvolgende gebeurtenissen. De vraagstelling van de hoofdvraag (in hoeverre...) impliceert dat het antwoord op de gestelde hoofd- en deelvragen afhankelijk zijn van de respondent. Respondent één geeft aan dat de fysieke factoren in de openbare ruimte van groot belang zijn bij transformaties van aanloopstraten, terwijl respondent twee de verklaring zoekt bij beleidsmatige factoren bijvoorbeeld. Kwalitatief onderzoek zoals in dit onderzoek uitgevoerd, heeft dus tot doelstelling het gedrag en overtuigingen van mensen te begrijpen en te verklaren, onderliggende processen te identificeren en de context van mensen en hun ervaringen te begrijpen (Hennink, Hutter & Bailey, 2011, 10, 16-17).

Het nagaan van welke processtappen genomen zijn om tot een bepaalde strategie te komen, is te achterhalen via interviews. Vanwege het feit dat interviews het primaire instrument zijn voor empirische data verzameling, is voor semigestructureerd interviews gekozen (Noor, 2008, 1603). Semigestructureerd interviews worden gebruikt wanneer de onderzoeker zich tot doel stelt de uitkomsten van het interview te vergelijken met andere respondenten, en tegelijkertijd de unieke ervaringen probeert te begrijpen. De vragen zijn niet noodzakelijk vooraf voorbereid, maar kunnen zich tijdens het gesprek ontwikkelen en aanpassen, afhankelijk van de geïnterviewde (Barlow, 2010, 2).

In bijlage 2 is een standaard vragenlijst (topic-list) opgenomen die gebruikt is tijdens de interviews in zowel Oldenzaal als Bergen op Zoom. Door de vergelijkbare insteek die gehanteerd is bij meerdere interviewgroepen (ondernemer, vastgoedeigenaar, bewoner), zijn de verschillen tussen de vragenlijst zoals opgestuurd naar de verschillende respondenten ter voorbereiding van het interview, minimaal.

Voor de interviews met de gemeentelijke ambtenaren is een uitzondering gemaakt. Deze hebben een aangepaste versie van de vragenlijst gekregen, zie bijlage 3. De opzet qua

thema's is gelijkwaardig, maar de inhoud van de vragen is voor een aantal vragen verschillend.

De opzet van alle semigestructureerd interviews qua thema en vragen lijken veel op elkaar. De volgorde qua thematiek is:

- Huidige situatie
- Proces
- Transformatie
- Openbare ruimte
- Tot slot, aanbevelingen

Observaties zijn uitgevoerd voorafgaand de interviews, waar de onderzoeker de desbetreffende straten in beeld heeft gebracht door foto's te nemen en de belangrijks bijzonderheden te noteren. Belangrijk hierin is om een situatieschets te produceren van de huidige context, waarin niet zozeer individuen of groepen geobserveerd worden, maar de straat in zijn geheel an sich en haar ruimtelijke componenten. Belangrijke subthema's zijn leegstand, het vastgoed en haar bestemming, de openbare ruimte en het gebruik en fungeren van de straat door de eindgebruikers.

Foto's zijn gebruikt als geheugensteuntje om bijvoorbeeld de situatie omtrent de openbare ruimte en gevels aan te kunnen geven.

Een globale observatie van de straat is nodig om volwaardig deel te kunnen nemen aan gesprekken met lokale stakeholders die dagelijks te maken hebben met de straat. Enige achtergrondkennis over bijvoorbeeld de ontstaansgeschiedenis, recente ontwikkelingen, inrichting, gebruik en eventuele conflicten brengen de observant verder in de uiteindelijke analyse van zijn/haar object.

Het aannemen van een 'non-participant observation' rol tijdens de observatie, maakt het mogelijk om op een afstand, maar niet gescheiden van zijn doelgroep, observaties uit te voeren in het sociale systeem dat hij/zij onderzoekt. Door het observeren van evenementen, activiteiten en interacties, is het mogelijk direct inzicht te krijgen in fenomenen in zijn/haar natuurlijke context (Liu & Maitlis, 2010, 2).

De observaties zijn verwerkt in de casestudie beschrijvingen, zoals te vinden in hoofdstuk vier.

Operationalisering & selectie criteria aanloopstraten

De volgende criteria voor aanloopstraten als cases, dient tegelijkertijd als definiëring en afbakening van begrippen die gebruikt worden in de hoofd- en deelvragen.

De aanloopstraten die door middel van observaties en interviews geanalyseerd zullen worden, zijn zorgvuldig geselecteerd op een aantal selectie criteria. Om uitspraken te kunnen doen omtrent de invloed van fysieke ingrepen op de succesvolle transformatie van aanloopstraten tot een (gemengd) woonmilieu, is een zorgvuldige selectie en daarmee vergelijkingsmateriaal nodig en vereist.

Eén op één vergelijkingen van steden, dorpen of straten kunnen uiteraard niet uitgevoerd worden, omdat straten in haar complexe hoedanigheid verschillen ten opzichte van 'vergelijkbare straten' (qua ruimtelijke structuur, functie, plintbebouwing, openbare en groen structuur, type bewoning etc). Getracht wordt globaal aan de onderstaande criteria te voldoen, waar afwijkingen op detail onontkoombaar zijn voor de voortgang en uitvoerbaarheid van dit onderzoek. Echter, een zorgvuldige selectie kan het mogelijk maken

uitspraken te doen over een vergelijking van aanloopstraten, indien basiskenmerken overeenkomen.

Deze zullen hieronder genoemd en toegelicht worden. Tot slot zullen de geselecteerde aanloopstraten beschreven worden aan de hand van (o.a.) deze basiskenmerken die overeen komen.

Het eerste kenmerk is de afbakening van het **middelgrote stad** binnen een gemeente. Dé middelgrote stad bestaat niet, aldus Lekkerkerker (2016, 5). Echter, de trends en ontwikkelingen die op middelgrote steden afkomen, zijn dat wel. Het betreft steden die van oudsher een belangrijke regionale functie hebben vervuld. De stad voorzorg in een compleet voorzieningenaanbod en bedrijvigheid waarmee zowel de behoeften van de eigen inwoners als die van omliggende kleinere agglomeraties bevredigd werden. Grofweg kent een middelgrote stad tussen de 50.000 en 100.000 inwoners, al is dit allerm minst een wetmatigheid. Groter (Leiden, Alkmaar) en kleiner (Drachten, Vlissingen) kan ook, afhankelijk van bijvoorbeeld een belangrijke maar meer regionale verzorgende functie.

Voor dit onderzoek is dan ook niet van primair belang dat een specifieke casus (middelgroot centrum) binnen een specifieke cijfermatige afbakening valt. Veel belangrijker is de context waarin de aanloopstraten zich bevinden. Leegstand en de transformatie van winkels naar woningen zijn spelen daarin een sleutelfiguur.

Het tweede kenmerk is de ligging in een **middelgroot winkelcentrum**. Middelgrote centra bezitten normaliter een winkelvloeroppervlak (wvo) van 10.000 tot 40.000 m². Winkelcentra van 40.000 tot 60.000 m² wvo, bestempeld als kleinere stadscentra/grotere middelgrote centra, bevinden zich op de rand, en ondervinden ook leegstand. Afhankelijk van de grootte en (forse) investeringen kunnen deze winkelcentra stand houden, óf treden toe tot de dalende middelgrote centra groep (KSO Randstad, 2016).

Net als bij de definiëring van middelgrote steden, is ook de afbakening van een middelgroot winkelcentrum qua wvo afhankelijk van de gebruikte cijfermatige begrenzing door instellingen, en niet leidend in dit onderzoek qua case selectie.

Als derde kenmerk zal gebruikt worden gemaakt van het begrip '**aanloopstraat**'. Volgens Bruisende Binnenstad, een project van de Hogeschool Gent (jaartal onbekend), dient een aanloopstraat gedefinieerd te worden als: "de (centrum)winkelstraten die niet (meer) tot het kernwinkelgebied worden gerekend. Daarmee vervullen ze een belangrijke positie, het vormen namelijk de feitelijk toegangswegen tot het kernwinkelgebied. Juist omdat ze niet tot het kernwinkelgebied horen zijn de huurprijzen relatief lager. Daarnaast kenmerken veel panden zich door kleinschaliger oppervlakten. Dit geeft aanloopstraten een onderscheidend vermogen ten opzichte van het kernwinkelgebied. Zelfstandige ondernemers maken er veelal de dienst uit in plaats van de grote internationale ketens en er is sprake van een grote diversiteit aan functies."

Aanloopstraten bevinden zich in de zogenaamde B- en C-locaties. Een A-locatie staat gelijk aan het kernwinkelgebied, met de hoofdwinkelstraten waar de hoogste passantenstromen te vinden zijn en grote(re) ketens hun winkel hebben zitten. In B- en C-milieus aan de rand van de centra, zal, onder bepaalde voorwaarden, een aantrekkelijk dwaal- of snuffelmilieu zich kunnen vestigen. Hier zijn minder passanten waar te nemen en de huren zijn lager evenals de filialiseringgraad. In met name de C-locaties zal de kans op leegstand relatief groot zijn omdat hier de vraag naar winkelruimte, verdrongen door Perifere Detailhandel Vestigingen (PDV-locaties) en internet. Herstructurering van de C-locaties zorgt enerzijds voor het

versterken van het kernwinkelgebied en anderzijds voor nieuwe kansen voor overige stedelijke functies (DTNP, 2015, 17-18).

Tot slot dient het begrip '**transformatie**' onderbouwd te worden. Onder transformatie wordt in dit rapport verstaan het hergebruik van verblijfsobjecten (VBO's), waarbij in eerste instantie geen woonfunctie aanwezig was, maar na transformatie wél. Woonpanden die gesloopt zijn en op dezelfde plek herbouwd, telt niet mee als transformatie. Ook VBO's met niet-woonfunctie die zonder of na een kleine aanpassing transformeren naar een woning, tellen mee. Transformatie kan ook puur administratief zijn, maar vaak is een (ingrijpende) verbouwing noodzakelijk (Van der Wal, 2017, 7-8; Van der Wal, Witvliet, Wolters & Jansen, 2015, 5).

Met het woord 'transformatie' wordt bedoeld de transformatie van een winkelbestemming naar een woonbestemming, omdat in het gemeentelijk beleid van beide casestudies dit de primaire functie na transformatie is. Echter, de term '**brede functiemix**' slaat op het transformeren van winkelvastgoed naar niet alleen een woonbestemming, maar ook overige functies zoals cultuur, dienstverlening, kantoor en sociaal-maatschappelijke invullingen.

Tot slot dient het begrip '**public space**', vrij vertaald naar openbare ruimte, te worden gedefinieerd. Openbare ruimte refereert naar 'de gemeenschappelijke materiële ruimte waar mensen functionele en rituele activiteiten uitvoeren die een gemeenschap met elkaar verbindt, in normale routines of het dagelijkse leven dan wel in periodieke feestelijkheden' (Carr, Francis, Rivlin & Stone, 1992).

Dataverzamelmethode

In de Retailagenda zijn een kleine tiental gemeenten aangewezen waarbij functiemenging als experiment is toegepast in (aanloop)straten om leegstand te voorkomen en een aantrekkelijk woon, werk en recreatieverblijf te creëren. Aangevuld is deskresearch gedaan naar berichtgevingen waarin verwijzingen werden gemaakt naar transformatieprocessen aanloopstraten. Tot slot zijn enkele aanloopstraten toegevoegd die in het (recente) verleden in contact stonden met adviseurs van DTNP.

Uit deze longlist zijn contactgegevens opgezocht en verzoeken gestuurd tot medewerking. Na correspondentie met een handvol (voornamelijk) gemeentelijke ambtenaren, is gekozen om in zee te gaan met de gemeente Oldenzaal en Bergen op Zoom. Door eerst contact te leggen met betrokken gemeentelijke ambtenaren, was het mogelijk snel in te schatten hoe de voortgang verliep van het transformatieproces. Indien deze als voldoende nuttig werd beschouwd, is gevraagd om in contact te komen met betrokken overige actoren in de desbetreffende straat, zoals vastgoedeigenaren, winkeliers, bewoners & makelaars. Het bekende 'sneeuwbal-effect' is hier gebruikt om snel relevantie actoren op een rijtje te krijgen. In beide gevallen heeft dit een lijst met namen opgeleverd die zijn benaderd voor een interview.

In beginsel lag de prioriteit bij het afnemen van het interview op locatie. Voor zeven interviews is dit het geval geweest. De gesprekken met makelaar Kock en ondernemer Groenenmans zijn telefonisch afgenomen vanwege praktische bezwaren. Het gesprek met de heer Stoffer en de heer Tom van Eekelen is volledig afgenomen 'op straat', namelijk de (Korte) Bosstraat. Al lopend zijn aantekeningen gemaakt tijdens een uur durende rondwandeling door de binnenstad waarbij verschillende panden is stilgestaan. Bij de interviews van mevrouw Hemken (Oldenzaal) en de heer van Poppelen (Bergen op Zoom) is het interview op locatie gecombineerd met een bezoek aan de straat. Ook hierbij is

stilgestaan bij verschillende panden en objecten in de openbare ruimte, waar nodig aantekeningen en/of foto's van zijn gemaakt.

In totaal is afgerond 322 minuten (5 ⅓ uur) aan interviews afgenomen met een gemiddelde van 54 minuten. Negen respondenten zijn verdeeld over 8 interviews geïnterviewd, waarvan 7 telefonisch opgenomen.

Alle overige gesprekken zijn door middel van een telefoon opgenomen, uitgewerkt door middel van transcripties en ingevoerd in het softwareprogramma Atlas. Vanuit dit kwalitatief software programma is als eerst stap axiaal gecodeerd. Omdat de topic-list van alle interviews grote overeenkomsten hebben qua opzet en inhoud, is één grote code lijst gebruikt. Tot slot is voor het resultatenhoofdstuk selectief gebruik gemaakt van de axiaal gecodeerde interview passages. Zie bijlage 1 voor een schematische weergave van de codeboom. Overkoepelende begrippen worden hierin verder uitgesplitst naar coderingen die gebruikt zijn in de transcripties om

Onderzoekseenheden

Beide straten kennen een overeenkomstige selectie aan geïnterviewden. Gekozen is om te spreken met de volgende 'vertegenwoordigers' van de aanloopstraat:

- Gemeente (beleidsmedewerker, projectleider, centrummanagement)
- Vastgoedeigenaar(s)
- Ondernemer(s)
- Bewoner(s)
- Makelaar(s)

Het is mogelijk, en zelfs wenselijk om bovenstaande posities terug te zien in één respondent. Zo zijn én minder respondenten in totaal nodig, en ontstaat een actor die verschillende belangen moet zien te combineren.

Per casestudie zal uitgewerkt worden waarom deze functie van belang is in het onderzoek, en hoe contact is gelegd met deze respondent.

Oldenzaal

In Oldenzaal is afgetrapt met een gesprek met mevrouw Bazen, procesmanager Binnenstad bij de gemeente Oldenzaal. Als afgestudeerd stedenbouwkundige, en met jarenlange ervaring in de ruimtelijke ordening en gebiedsontwikkeling, heeft zij inzicht in hoe het transformatieproces van de aanloopstraat verlopen is, en welke fysieke ingrepen uitgevoerd zijn. Door haar positie als procesmanager heeft ze vele contacten opgedaan met betrokken actoren, waar haar werkzaamheden bestaan uit het verbinden, samenwerken, initiëren en afstemmen van projecten en processen binnen en buiten het stadhuis.

Het tweede gesprek is afgenomen bij de heer Jansink, eigenaar van Cijfermeester Jansink een adviesbureau voor administratie, belasting- & bedrijfsadvies. Naast ondernemer, is hij al 30 jaar bewoner van de Deurningerstraat (bovenwoning) en tevens eigenaar van het pand. Als rasechte Oldenzaler, is hij actief betrokken bij alles wat met detailhandel en de binnenstad te maken heeft. Hij is lid van meerdere werkgroepen: Sobo (Stichting Oldenzaalse Binnenstad Oldenzaal), het MKB, Stadsnoabers, Kanslocaties en tot slot een werkgroep die zich bezighoudt met een vernieuwde aankleding van de Deurningerstraat.

Het derde gesprek is gehouden met de binnenstadsmanager van de gemeente Oldenzaal, mevrouw Hemken. Sinds voorjaar 2017 bekleedt zij deze functie. Als afgestudeerd Stadsgeograaf, heeft ze ervaring opgedaan als dorpscoördinator in Driebergen-Rijssenburg.

Haar huidige taak omvat voornamelijk het aantrekkelijk(er) maken van de binnenstad van Oldenzaal door middel van activiteiten, evenementen en social media. Ook fungeert ze als schakel tussen vastgoed(bezitters) en potentiële nieuwe ondernemers. Door haar wekelijkse contact met verschillende werkgroepen, de gemeente, ondernemers, vastgoedeigenaren en Stadsnoabers (die haar in dienst heeft), is ze op de hoogte van alle recente relevante ontwikkelingen op het gebied van leegstand, herontwikkeling en transformaties in aanloopstraten.

De heer Aaltink is de vierde persoon die geïnterviewd is. Hij is eigenaar van Ultimo Mode, een kledingzaak in het midden van de Deurningerstraat sinds 2001, waarvan hij ook eigenaar van het pand is. Ervaring heeft hij opgedaan bij het bestuur van Stichting 'n Boeskool is Lös, het grootste jaarlijkse feest van Oldenzaal. Tevens is hij als vrijwilliger lid van MKB Oldenzaal en tot voor kort bij de Sobo.

Tot slot is in Oldenzaal gesproken met de heer Kock, oprichter, mede-eigenaar en makelaar bij Kock & van Benthem. Sinds 2000 is het kantoor gericht op de Twentse woningmarkt, waar het naast de particuliere ook de zakelijke markt van bedrijfsonroerend goed bedient. Met meerdere klanten in de Deurningerstraat, is hij vertrouwd met de zowel de lokale vastgoedmarkt in Oldenzaal als specifiek de Deurningerstraat.

Bergen op Zoom

Het eerste interview is gelijktijdig gehouden met de heer Koen Stoffer en de heer Tom van Eekelen, beide werkzaam bij de gemeente Bergen op Zoom. De heer Stoffer als projectleider gebiedsontwikkeling, en de heer van Eekelen als projectleider cultureel erfgoed. Met name de heer van Eekelen was betrokken bij het proces waarbij subsidies verstrekt werden ter verbetering van de gevelkwaliteit.

In plaats van een interview op locatie, opperde de heer Stoffer om de (Korte) Bosstraat te bezoeken en al wandelend op de vragen te komen die voorbereid waren. Op eigen initiatief van de heer Stoffer was ook de heer van Eekelen aanwezig, om over de rol van de gemeente in het transformatie proces te praten inclusief de subsidies die zij kunnen bieden.

Het tweede interview in Bergen op Zoom was met Wim van Poppelen, al 25 jaar samen met zijn vrouw eigenaar van een furniturewinkel in de Bosstraat. Eind dit jaar zal de zaak of overgenomen worden, of in zijn geheel sluiten bij geen overname-interesse. De heer van Poppelen kan met recht een zeer actief ondernemer en bewoner van de stad worden genoemd. Naast voorzitter van StaBoz, Stichting Activiteiten Bergen op Zoom is hij ook bestuurslid geweest van Sterck, de ondernemersvereniging van de Bergse binnenstad waarbij hij voorzitter was van de commissie 'aantrekkelijke binnenstad' én 'evenementen en activiteiten'.

Tot slot is gesproken met de heer Wim van Groenendaal, ondernemer en bewoner. De heer van Poppelen woont in de Potterstraat, op zeer korte afstand van waar deze overloopt in de Bosstraat. 50 jaar geleden is hij een beddenspecialwinkel begonnen met in de tussentijd meerdere vestigingen.

Validiteit

Het gekozen meetinstrument (interviews) heeft door de gelijkwaardige structuur van de interview lijsten bij alle respondenten, dezelfde thema's onder de aandacht gebracht tijdens de interviews. Door het semi-structurele karakter van het interview kon tussendoor gestuurd worden indien over- of onderbelichting van specifieke vragen of thema's dreigde voor te komen. Door de relatief lange duur van de interviews is het mogelijk geweest zo goed als

alle vragen te stellen die noodzakelijk waren om antwoord te krijgen op de hoofdvraag en deelvragen.

Deze eigenschappen van de interviews maken de onderzoeksmethode echter nog niet valide. De interne validiteit is matig, doordat andere factoren absoluut van invloed zijn op het belang van de openbare ruimte op het transformatieproces in aanloopstraten. Echter, de onderzoeksopzet maakt het onmogelijk en onuitvoerbaar deze allemaal mee te nemen in het onderzoek.

Zinnige uitspraken doen over in hoeverre de resultaten van dit onderzoek representatief zijn voor een grotere groep, is moeilijk. Door de beperkte omvang van het aantal respondenten, is de externe validiteit en generaliseerbaarheid laag. De selectie van respondenten is qua aantallen laag, en tevens niet compleet. Nieuwe bewoners van de straat na transformatie zijn niet meegenomen in het onderzoek.

Betrouwbaarheid

Door het uitvoeren van kwalitatief onderzoek berust de uitkomst ervan grotendeels op de waarneming en het oordeel van de respondent. Herhaalonderzoek zal tot andere inzichten leiden dan die hier gepresenteerd worden.

Binnen de onderzoekssample is de betrouwbaarheid voldoende. In beide straten is ongeveer eenzelfde verdeling aan onderzoeksgroepen geïnterviewd, die gekenmerkt kunnen worden als de sleutelfiguren binnen transformatieprocessen, namelijk ondernemer, gemeente, bewoner, vastgoedeigenaar. Toch is het aantal respondenten per 'sleutelgroep' zeer beperkt, en voor alle gevallen niet meer dan twee respondenten, wat de betrouwbaarheid drukt.

Aangenomen mag worden, dat in dit onderzoek interviews de beste onderzoeksmethoden zijn. Juist de verschillende visies, waarderingen en perspectieven van de verschillende onderzoeksgroepen komen tot uiting in één-op-één-gesprekken waarbij persoonlijke aandacht belangrijk is om de respondent op zijn gemak te laten voelen. Doordat soms kritiek of andersoortige gevoelige informatie gedeeld wordt, kan dit niet onttrokken worden aan de respondent door middel van een andere onderzoeksmethode.

Hoofdstuk 4: Casestudy beschrijving

Vanuit de geselecteerde criteria zoals beschreven in het methodologiehoofdstuk, is gekomen tot twee middelgrote centra. Een nadere analyse van beide steden laat zien dat, ondanks uiteraard vele verschillen, beide steden veel globale overeenkomsten kennen, die het relatief eenvoudig(er) maken om een vergelijkende casestudie te doen.

Gekozen is voor Oldenzaal in de provincie Overijssel, en Bergen op Zoom in Noord-Brabant. Beide steden kennen een historisch centrum: Bergen op Zoom kreeg officieel stadsrechten tussen 1198 en 1212, terwijl Oldenzaal rechten kreeg in 1049 voor week-en jaarmarkten. Voor beide steden zijn aanwijzingen voor bewoning vanaf het begin van de Romeinse tijd (Markiezenhof, 2016; Het Oversticht, 1990).

Qua ligging kunnen beide steden als semi-perifeer gekenmerkt worden. Oldenzaal vanwege de oostelijke ligging tegen de Duitse grens aan, maar in de nabijheid van steden als Enschede, Hengelo en Almelo. Bergen op Zoom vanwege de ligging in het uiterste westen van Noord-Brabant, met alle grote steden in de nabijheid (Rotterdam, Dordrecht en Breda) op 40 tot 50 kilometer afstand.

Beide steden scoren op de Vitaliteitsbenchmark Centrumgebieden van adviesbureau Goudappel & Coffeng (2017) 'onder gemiddeld tot slecht'. Dit onderzoek heeft als doel de economische aantrekkingskracht weer te geven van de 100 grootste centrumgebieden van Nederland, gecategoriseerde naar bereikbaarheid, demografie, ruimtelijke kwaliteit en voorzieningenaanbod. Bergen op Zoom (52.000 inwoners) wordt geschaard onder 'grote centrumgebieden', terwijl Oldenzaal (32.000 inwoners) valt onder middelgrote centrumgebieden. Qua inwonersaantallen is Bergen op Zoom een grensgeval, een benaming als middelgrote centrumgebied is ook te verdedigen. Beide steden scoren op een schaal van vijf het op een na slechtste in de totaalscore, wat neerkomt op een zwakke vitaliteitsscore (Van Huffelen, Scheerder & de Regt, 2017).

De problematiek van beide steden, als middelgrote centrumgebieden, zijn groot. Beide steden liggen in zogenaamde 'anticiper gebieden', gebieden waar momenteel nog geen substantiële bevolkingsdaling zichtbaar is, maar zich op korte termijn wel aandient (CMO, 2013, 4).

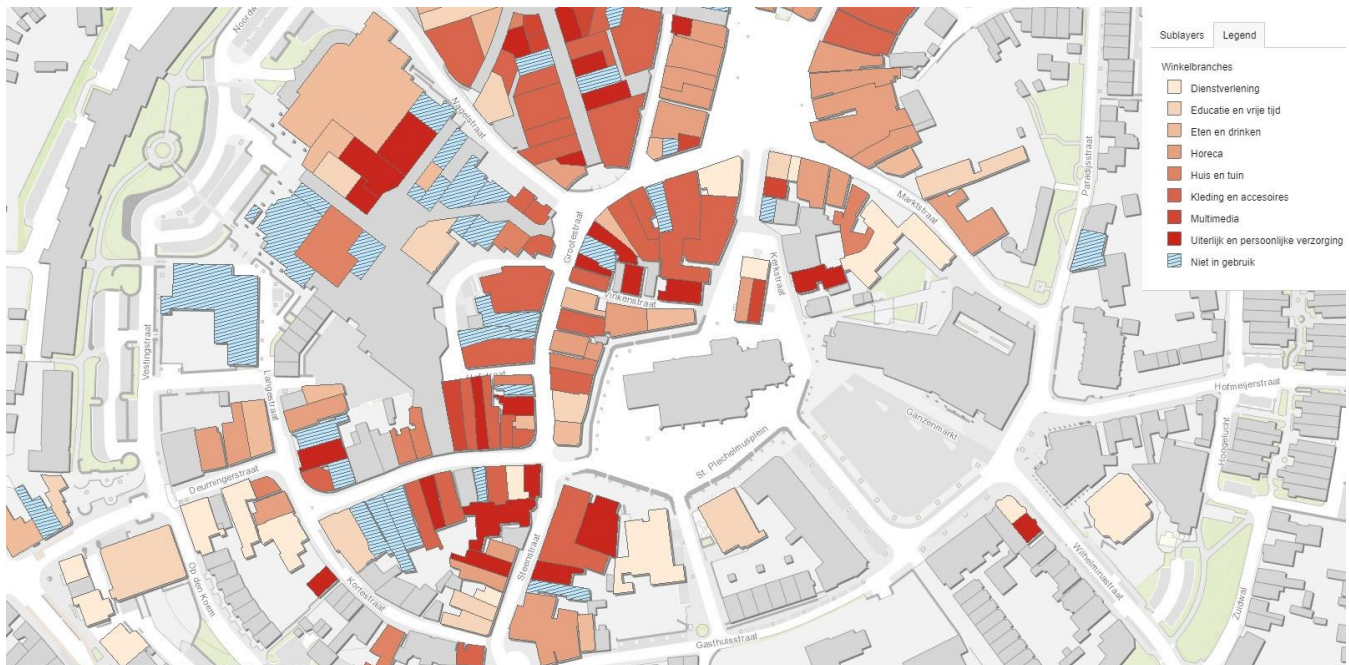
Beide steden scoren ook even hoog op de index 'spreiding reële transformatieopgave winkelvastgoed' van de Rabobank (2018). Beide steden scoren licht boven het gewogen gemiddelde. Dit houdt in dat beide steden gemiddeld kansrijk zijn om potentiële transformeerbare leegstand te vervangen door woningen.

Overige overeenkomst is de relatief goede bereikbaarheid per snelweg en spoor. Bergen op Zoom is bereikbaar via de A58 en A4, gepositioneerd tussen Rotterdam, Breda en Antwerpen. Oldenzaal is gelegen aan de belangrijke oost-west as, de A1 van Amsterdam richting Duitsland.

Bergen op Zoom huisvest een intercitystation op de lijn Amsterdam CS-Vlissingen, terwijl Oldenzaal bereikbaar is via een sprinter vanuit Zutphen en Hengelo.

4.1 Casus 1: Deurningerstraat, Oldenzaal

Afbeelding 3: Deurningerstraat: Ligging en branchering



Bron: Tubantia (2017, bewerkt door auteur).

Een duidelijke situatieschets van de specifieke aanloopstraten is belangrijk, vanwege het feit dat vele verschillende factoren in en om de straat heen, de transformatie beïnvloeden van vastgoed.

Een inleidende paragraaf over de historie, ontwikkelingen op het gebied van woningmarkt, vastgoedmarkt, detailhandel, demografie, belangrijke trekkers, verkeer, regionale economie et cetera, zullen kort behandeld worden.

De Deurningerstraat in Oldenzaal ligt ten westen van het kernwinkelcentrum, en kan sinds kort getypeerd worden als een aanloopstraat. De straat loopt in oostelijke richting naar het Sint Plechelmusplein, waar de Plechelmusbasiliek tevens staat, het centrale plein van de stad (zie afbeelding).

Recent gemeentelijk beleid (2016/2017) heeft ervoor gezorgd dat de Deurningerstraat niet meer aangemerkt wordt als onderdeel van het 'hoofdwinkelgebied klein', zoals Locatus ook weergeeft. Vanwege een nieuw detailhandelsbeleid en winkelcentrumvisie, is de Deurningerstraat officieel een aanloopstraat buiten het hoofdwinkelgebied.

Oldenzaal kent geen overige dorpskernen binnen de gemeentegrenzen, en maakt verder deel uit van de Regio Twente en Netwerkstad Twente. Vanwege de stadsrechten kan Oldenzaal als middelgrote stad betiteld worden.

In Oldenzaal woonden op 1 januari 2018 31.881 personen volgens het CBS (2018). Door de jaren heen schommelde het aantal licht: van 31.194 in 2002 tot 32.209 in piekjaar 2013.

Ook op basis van overige statistieken behoort Oldenzaal tot de middelgrote steden categorie. Het kernwinkelgebied van Oldenzaal bezit in totaal 22.000 vierkante meter

winkelvloeroppervlak (wvo). Samen met de leegstand, goed voor 7.400 vierkante meter wvo, kent Oldenzaal een totaal wvo van 29.400 wvo. De totale som m² wvo ligt tussen de 10.000 en 40.000 m² wvo, die geldt als definiëring van middelgrote winkelcentra (KSO, 2016, 6).

Het centrum van Oldenzaal wordt gekenmerkt door haar historische structuur (Ter Kuile, 1971). Op afbeelding zijn de ronde ruimtelijke structuren te zien in centrum van Oldenzaal, kenmerken voor historische steden vanwege de centrale functie van de kerk. De Deurningerstraat kent twee gemeentelijke monumenten, beide gelegen aan de westelijke zijde van de straat.

De Deurningerstraat verwijst naar de Marke Deurningen, gelegen ten zuidwesten van Oldenzaal. Marken zijn kleine agrarische zelfstandigheden met elk een eigen bestuur. Oldenzaal kende twaalf van dit soort marken.

Via een softwareprogramma heeft Stadsnoabers (een samenwerkingsverband van o.a. het ondernemersfonds Binnenstad, vastgoed, horeca, Tourist info en de gemeente) inzichtelijk gemaakt voor geïnteresseerden welke panden in het centrum van Oldenzaal leeg staan, of tot welke branche de invulling toebehoort (zie afbeelding 3). De gehele Deurningerstraat kent volgens dit register 42 panden. In paragraaf 5.2 zal aan de hand van data verkregen van Locatus, verder ingegaan worden op welke functies aanwezig zijn in de Deurningerstraat.

Vijfhoek & Driehoek

Oldenzaal kent met haar twee overdekte winkelcentra, In den Vijfhoek (afgeleverd in 1980, 8100 vierkante meters oppervlak) en De Driehoek, een bijzondere positie. Twee overdekte winkelcentra voor een middelgrote stad met ruim 30.000 inwoners zorgt voor een (potentieel) overaanbod van winkelvloeroppervlak, omsloten door een architectonisch en ruimtelijk gedateerd ontwerp, in ieder geval geldend voor In de Vijfhoek (Damhuis, 2016).

De Driehoek, opgeleverd in 2000 en in 2001 verkozen tot het mooiste nieuw gerealiseerde winkelcentrum van Nederland, is tegenwoordig in handen van investeringsmaatschappij Orange Capital Partners uit Amsterdam. Het relatief jonge beleggingsfonds is actief op de Nederlandse retailmarkt, in tegenstelling tot de vorige eigenaar, NSI uit Hoofddorp, die zich meer is gaan richten op kantoorpanden (Borgerink, 2017). Opgericht in 2014, opereert Orange Capital Partners als een joint venture partner voor pensioenfondsen, investeringsbanken en familiekantoren.

In den Vijfhoek is grotendeels eigendom van het Frans-Nederlandse vastgoedbedrijf Unibail-Rodamco, sinds deze zomer na overname van een Australische branchegenoot, voluit Unibail-Rodamco Westfield genaamd. Met noteringen op de beurs van Parijs en Amsterdam is de waarde van het portofolio 62 miljard, waarmee na overname volgens de partijen 's werelds grootste ontwikkelaar en exploitant van winkelcentra op toplocaties in steden is ontstaan (Van Oostvoorn, 2017). Als eigenaar en exploitant van het winkelcentrum is het verantwoordelijk voor de herinrichting van het winkelcentrum. De gemeente heeft de verantwoordelijkheid genomen voor het herinrichten van de buitenruimte. Aanvullend op Unibail Rodamco Westfield bezit WBO Wonen de bovengelegen woningen (Gemeente Oldenzaal, jaartal onbekend).

In de jaren '80 was de algemene interpretatie van de begrippen gezelligheid en sfeer zodanig veranderd dat het grootste deel van de winkelcentra, gebouwd in de periode 1940-1965, op de schop moest of op zijn minst gerenoveerd diende te worden. Het centrum werd meestal overkapt, kleur en sierbestrating werden aangebracht, het straatmeubilair vervangen en prefab elementen of beton alsnog bekleed met metselwerk (Galema & van Hoogstraten,

2005, 41). Deze beschrijving past haast naadloos qua opbouw en exterieur bij In den Vijfhoek in Oldenzaal. In den Vijfhoek laat zien dat, ondanks deze ingrepen, het anno 2018 een complexe uitdaging is om winkelcentra aan te passen aan de huidige tijdsgeest.

Een van de belangrijkste ontwikkelingen in de binnenstad die de Deurningerstraat beïnvloedt, is een geplande renovatie annex verbouwing van een planmatig winkelcentrum, In den Vijfhoek. Het winkelcentrum, geïnspireerd op Hoog-Catharijne in Utrecht, moest de stad weer aantrekkelijk maken na voltooiing in de tweede helft van de jaren zeventig. Vanwege het grote succes werd besloten in de jaren negentig aan de overkant nog een winkelcentrum te bouwen, De Driehoek genaamd. Echter, historische karaktertrekjes zoals oude straatjes en middeleeuwse stratenpatronen werden bedreigd door het functioneel en grootstedelijk denken van ontwikkelaars in de jaren '70/80/90. De huidige leegstand baart dan ook tot zorgen en steeds meer mensen komen tot de conclusie dat grootschalig bouwen niet aansluit bij de rest van de binnenstad (Canon van Oldenzaal, jaartal onbekend).

Onderdeel van de verbouwing is het sluiten van een ingang van In den Vijfhoek sinds de zomer van 2017, die uitkomt op de Deurningerstraat. De passage zal uiteindelijk gevuld worden met de plaatselijke bibliotheek en naar verwachting geheel gereed zijn eind 2018 (Tubantia, 2017).

Detailhandelsprogramma

Het detailhandelsbeleid van de gemeente Oldenzaal is geëvalueerd in 2009, waarbij geconcludeerd werd dat met name ten aanzien van de dagelijkse winkelstructuur een herijking van het beleid gewenst was. In 2013 heeft adviesbureau DTNP (2013, 1-2) de detailhandelsvisie geactualiseerd.

De hoofdlijnen van de visie is al volgt:

- Het kernwinkelgebied bestaat uit de Driehoek, een deel van In den Vijfhoek en de Grootestraat met supermarkten en overige publiekstrekkingen op strategische locaties.
- Het overig centrumgebied, bestaande uit de Deurningerstraat, Steenstraat en Bisschopstraat, bestemd voor doelgerichte bezochte winkels en overige centrumfuncties.
- De aanwezigheid van twee clusters, namelijk een horecacluster op de Groote Markt met daarnaast winkelondersteunende horeca op strategische knooppunten, en een evenementenplein, het Plechelmusplein. Tot slot zou de Marktstraat als toeristische-recreatief gebied aangewezen kunnen worden door de aanwezigheid van cultureel erfgoed en historische relevante bezienswaardigheden.

Uit het volgende citaat uit de detailhandelsvisie (DTNP, 2013, 2) blijkt dat verspreid gelegen detailhandel ongewenst is.

“Overige, met name verspreid gelegen winkels dragen niet bij aan de gewenste structuur. Versterking van verspreid gelegen aanbod is dan ook ongewenst.”

Ander relevant gemeentelijk beleid van de gemeente betreft duurzaamheid. De ambitie van de gemeente is om tot de top 25 van meest duurzame gemeenten van Nederland te behoren. In 2014 stond Oldenzaal op plek 102, in november 2015 steeg Oldenzaal naar 85. In navolging van Europees beleid wil Oldenzaal in 2030 40% minder CO₂ uitstoten en moet 27% van alle verbruikte energie afkomstig zijn van hernieuwbare energiebronnen. De gemeente zou graag zien dat in 2025, als ‘een droom’, winkels maatschappelijk verantwoorde producten verkopen, burgers bewust en lokaal consumeren en in de bouw hernieuwbare of gerecyclede grondstoffen verwerkt worden. Groene bewonersinitiatieven,

zoals bijvriendelijke beplanting en de aanleg van buurt(moes)tuinen zorgen voor een versterkt gevoel van sociale samenhang, wat de leefbaarheid van de straat ten goede komt. Met name de binnenstad kan een groene impuls gebruiken (Gemeente Oldenzaal, 2015, 1-10).

Bronpunten

De Deurningerstraat kent op dit moment één duidelijk bronpunt, namelijk parkeerterrein Walgaarden en parkeerdek In den Vijfhoek, noordwestelijk gelegen van de Deurningerstraat. In het verleden bezat het kerkplein, grenzend aan de oostelijke zijde van de Deurningerstraat, 80 parkeerplekken. Deze zijn verwijderd om het kerkplein haar oude functie van ontmoetings- en activiteitenplein weer terug te geven en de leefbaarheid van de binnenstad te verhogen.

Het westelijk gelegen parkeerterrein, een strook met zowel zone één als zone twee, behorend bij In den Vijfhoek, beschikt over enkele honderden parkeerplaatsen. De kosten voor een gehele dag parkeren is voor zone 1 (meer centraal gelegen parkeerplaatsen) €4,40 en voor zone 2 €2,40.

Een andere aanloopstraat in Oldenzaal, de Steenstraat, kent wél een groot en aantrekkelijk bronpunt. Parkeerplaats Molkenboer ten zuiden van de Steenstraat, geeft consumenten de mogelijkheid om aan de voet van de Steenstraat te parkeren (Gemeente Oldenzaal, 2018).

4.2 Casus 2: (Korte) Bosstraat, Bergen op Zoom

Bergen op Zoom, nog meer dan Oldenzaal, is een stad met een rijk historisch verleden, wat heden ten dage nog goed zichtbaar is in het centrum.

Omstreeks 1100 werd het latere Bergen op Zoom een nederzetting, waarna het vanaf 1287 een officiële afzonderlijke heerlijkheid genoemd mag worden. Door de jaarmarkten in de 14^e eeuw kreeg Bergen op Zoom internationale bekendheid, waarmee de welvaart naverwant groeide. De middeleeuwse kern is grofweg cirkelvormig en vroeger ommuurd. De radialen, de straten vanaf de vroegere stadspoorten naar de centraal gelegen Grote Markt, worden gekenmerkt door een licht gebogen verloop en de ligging van de meer voorname gebouwen en meest commerciële en openbare functies eraan. De Bosstraat en Korte Bosstraat zijn zo'n radiale straat. De bebouwing is kleinschalig, maar heeft een grote diversiteit in maten en verschijningsvormen.

Karakteristiek voor de stad is het Markiezenhof. Het is een van de fraaiste stadspaleizen van West-Europa, en de oudste van Nederland, bestemd voor de heren en markiezen van Bergen op Zoom vanaf de late 15^e eeuw (Gemeente Bergen op Zoom, 2008).

Afbeelding 4: ligging (Korte)Bosstraat

Afbeelding 4 laat zien de locatie van de (Korte) Bosstraat binnen het centrum van Bergen op Zoom. In het noorden ligt het historische hart van het centrum van Bergen op Zoom, de Grote Markt. Via de straat Grote Markt loopt deze in het zuiden over op de Bosstraat, die via twee bochten verder zuidelijk loopt en samen komt met de westelijk gelegen Potterstraat. Vanaf de kruising met de Lindebaan en de Hoogstraat gaat de Bosstraat kort over in de Korte Bosstraat, totdat het overgaat na de volgende kruising in de Antwerpsestraat.



In het verloop van dit rapport zal met de Bosstraat tevens de Korte Bosstraat bedoeld worden (indien niet duidelijk vermeld).

Bron: Van der Rijt (2017b, bewerkt door auteur)

De straat kan gekenmerkt worden haar historische uitstraling in relatief goede staat. Zoals een echte aanloopstraat betaamd, een pioniersstraat: het was de eerste straat die mee deed aan koopzondagen of openging met Pasen (Den Ridder, 2018). Echter kampt de straat ook met structurele leegstand. Mode, woon- en decoratieve winkels, speciaalzaken, ambachten en horeca domineren het straatbeeld. Dagelijkse winkels, dienstverlening en kantoren ontbreken, op een enkeling na, in het straatbeeld. Door de grote variëteit qua aanbod, kwaliteit en prijssegment van de zaken in deze aanloopstraat, ontbreekt een duidelijk profiel (Gemeente Bergen op Zoom, 2013).

Berichten uit de lokale krant schetsen ook een beeld waarin afvaldumpingen, drugsoverlast en wildparkeren een probleem waren. Ondernemers voelen zich al lange tijd niet gehoord door de gemeente (Van der Rijt, 2017a).

Parkeren in de straat is anno 2018 nog steeds een pijnpunt. De meest recente maatregel, paaltjes op de stoepen, zorgt voor weerstand in de buurt en ondernemers. Met de paaltjes wordt getracht foutparkeerders te weren, voornamelijk personen die gebruik maken van één van de drie shoarmazaken in de late avonduren, aan het eind van de Bosstraat. In de nabije toekomst zullen tevens (tijdelijke) snelheidsdrempels moeten zorgen voor minder gevaarlijke verkeerssituaties.

Parkeeroverlast wordt mede veroorzaakt door het achterblijven van een duidelijk beleid rondom 'de Vlaszak', een klein winkelgebied ten westen van de Bosstraat waar sinds enige tijd geleden een Albert Heijn vertrokken is. Een daaronder gelegen parkeergarage is grondig aan renovatie toe: lekkages, een hoog gevoel van onveiligheid, defecte verlichting en het verbeteren van de brandveiligheid zijn prioriteit. Het gevolg is een fikse terugloop van de bezettingsgraad (40%) van de parkeergarage (Van de Kastele, 2017).

Detailhandelstructuurvisie

De meest recente visie stamt uit 2016. Deze geeft aan dat een aanbod van 46.000 vierkante meter winkelvloeroppervlak bijna 10.000 vierkante meter groter is dan gemiddeld, passend bij een vergelijkbare stad. Dit overaanbod heeft mede geleid tot een leegstand van zorgelijk niveau, namelijk 18,7% in de binnenstad en 10,7% in het kernwinkelgebied.

De verschillende centrumfuncties zijn gemengd door het kernwinkelgebied en de schil hieromheen gevestigd. Winkelen is dominant in de omgeving Grote Markt, waar ook het horeca- en cultuur aanbod het grootst is. Aangegeven wordt verder dat de winkelfunctie van de aanloopstraten (o.a. Bosstraat verder) zal afnemen, waardoor woon- en werkfuncties een aantrekkelijke invulling op het functieprofiel kunnen zijn. Aanloopstraten hebben een eigen karakter, die door leegstand in gevaar dreigen te komen. Door middel van gericht beleid wordt getracht de kwaliteit van deze gebieden te versterken, bijvoorbeeld door het bevorderen van de juiste balans in winkels, woningen en overige functie. Qua vestiging van nieuwe winkels moet men terughoudend handelen.

Tegelijkertijd is de Bosstraat een van de aanloopstraten die de status heeft gekregen als zogenaamde 'stop-en-go straat'. Dit betekent een straat met een mix aan winkelsectoren die voornamelijk gericht zijn op de niet-dagelijkse aankopen, gerichte aankopen van vaak specialistische producten en diensten.

Expliciet wordt de waarde van de aanloopstraat herkend in het feit dat deze straten een broedplaatsfunctie vervullen. Winkels kunnen na verloop van tijd zich vestigen in het kernwinkelgebied indien ze zich bewezen hebben als ondernemer en als volgroeide winkel (Gemeente Bergen op Zoom, 2016, 2-4).

Bronpunten

Net als de Deurningerstraat in Oldenzaal kent de Bosstraat één primair bronpunt: parkeergarage Achter de Grote Markt, onder winkelcentrum de Vlaszak. De ingang is ten westen van de Bosstraat, tussen de Koepelstraat en Lindebaan, en bevat 150 parkeerplekken. De Bosstraat is een éénrichtingsverkeer straat, waardoor auto's alleen vanuit zuidelijke richting (Antwerpsestraat) de straat kunnen betreden. Voor voetgangers is het wel eenvoudig om vanuit de Bosstraat de parkeergarage in en uit te komen. Door

gebrekkig onderhoud en lekkages door verbouwing aan bovengelegen woningen, is de bezettingsgraad laag, slechts 40%. Juni 2018 zijn nog eens 60 tot 80 parkeerplekken afgezet hierdoor (Van Ingen, 2018). Het functioneren van de parkeergarage is dan ook allesbehalve optimaal, en daarmee fungeert het minder als een bronpunt dan het idealiter zou zijn.

Hoofdstuk 5: Resultaten

5.1 Resultaten interviews

Globaal gezien kan, voortkomend uit de hoofdvraag en deelvragen, een tweedeling gemaakt worden naar factoren die van invloed zijn op de transformatie van winkels naar woningen in aanloopstraten.

Enerzijds zijn factoren bewegend in de openbare ruimte en fysieke inrichting van toepassing, anderzijds zijn niet-fysieke factoren van invloed op het transformatieproces. Het resultatenhoofdstuk zal ook deze indeling hanteren, te beginnen met een opsomming en analyse van niet-fysieke factoren, waarbij getracht wordt een relatief (want subjectief) belang toe te kennen. Tot slot zullen fysieke factoren (openbare ruimte en fysieke inrichting) toegelicht worden.

Samenwerking

Het klinkt als vanzelfsprekend, samenwerken als sleutel tot succes en tevredenheid. Toch komt samenwerken, naar elkaar luisteren, wederzijds begrip respect en betrokkenheid tonen vaak naar voren als heikele punten waarop projecten en ideeën (potentieel) vast- of stuklopen. In zowel Oldenzaal als Bergen op Zoom zijn *worst and best cases* te benoemen, ze allemaal behandelen is echter onbegonnen werk.

Zo zijn de initiatieven vanuit de gemeente Oldenzaal om het parkeerbeleid in samenwerking met de ondernemers te realiseren, en de organisatie van een inspiratieavond om gezamenlijk leegstand aan te pakken in de Deurningerstraat, in goede aarde gevallen. Negatieve ervaringen zijn er rondom de afsluiting van de passage In den Vijfhoek.

In beide gemeenten is vanuit de ondernemers geklaagd over het betrekken van stakeholders nadat een belangrijke beslissing genomen was, door bijvoorbeeld de gemeenteraad. De heer Aaltink geeft aan dat de samenwerking en het communicatieproces tussen de gemeente en de vastgoedeigenaar enerzijds en de ondernemers anderzijds, stroef verliep. Het gevoel pas ná ieder moment van beslissing name erkend en gehoord te worden, viel in slechte aard.

Een gelijksoortige situatie in Bergen op Zoom. Ondernemers voelen zich niet serieus genomen, als derde wiel aan de wagen. De heer van Poppelen uit zijn kritiek op het besluitvormingsproces van de gemeente Bergen op Zoom:

“Ik begrijp wel dat ze een bepaalde visie hebben, maar meestal krijg je van die kant-en-klare plannen, als een blauwdruk. Dan mag jij nog even luisteren naar wat ze te zeggen hebben erover. Wat je dan zelf te zeggen hebt, dat nemen ze zogenaamd mee, maar daar komt dan uiteindelijk niks van terecht”.

Met een beschuldigende vinger wordt niet alleen naar de gemeente gewezen, ondernemers zien ook in dat de organisatiegraad tussen de ondernemers in de straat beter kan en moet. De literatuur bestempelt deze organisatiegraad van ondernemers in officiële vertegenwoordigingen als belangrijk om hun stempel te kunnen drukken in lokaal overheidsbeleid (Blommensteijn & Van Aarle, 2014).

De heer Jansink sprak tijdens het interview over een gebrek aan een kritische houding tegenover het beleid van de gemeente qua binnenstad, en meer specifiek om de rol van de auto in het centrum.

“Er is geen concept, geen echt beleid geweest de afgelopen jaren over de binnenstad. Dat kun je het college of de raad verwijten. Of de ondernemers hebben te weinig aan de bel getrokken. Praat je over de georganiseerdheid in de stad bij de winkeliers, dat is er heel lang

niet geweest. Daar is Stadsnoabers in 2017 een beetje uit ontstaan. Met de werkgroepen zijn we daar nu pas druk mee bezig.”

Rol gemeente

De primaire functie van de gemeente zou moeten zijn een heldere detailhandelsvisie op te stellen, en deze uit te voeren. Door middel van de instrumenten van een detailhandelsstructuurvisie en het bestemmingsplan heeft de gemeente grote invloed op waar en wanneer eventuele transformaties van winkels uitgevoerd worden.

Uit de detailhandelsvisie, zoals opgesteld door DTNP in 2013, blijkt dat solitair gelegen winkels niet bijdragen aan de gewenste structuur qua detailhandel. Een verspreid aanbod van winkels dient dan ook in ieder geval niet versterkt te worden, en waar nodig en mogelijk beperkt te worden.

Dit sluit aan bij de algemene tendens waarin compactere binnensteden de boventoon voeren (in de toekomst) als het om stedelijk beleid gaat in middelgrote steden, zie onder meer Burton (2000) en Masnavi (2000).

Vanuit de literatuur én het voorgestelde beleid vanuit de gemeente en het adviserende bureau, zou een compact winkelcentrum een logisch gevolg zijn. Winkels uit het niet-kernwinkelgebied zouden verleid moeten worden om zich te herpositioneren richting leegstaand vastgoed in aanloopstraten. Binnenstadsmanagers, zoals mevrouw Hemken, zijn gespecialiseerd om dit proces uit te werken tot een haalbaar plan. Uit de interviews is echter gebleken dat in Oldenzaal geen actief beleid bestaat om leegstaande winkels in aanloopstraten zoals de Deurningerstraat, te vullen met winkels die reeds gevestigd zijn in straten buiten het centrum, zoals de Hengelosestraat en de Ootmarsumsestraat. Uit de interviews is gebleken dat dit beleid wél vruchten zou kunnen afwerpen:

“Maar ook daarbuiten (de twee winkelcentra en de aanloopstraten daar omheen) zijn er nog verschillende winkels gevestigd, in de Ootmarsumsestraat en de Hengelosestraat waarvan door de gemeente gezegd is: die moeten we richting de binnenstad krijgen [...]. Daar is echt onvoldoende mee gedaan” (De heer Jansink).

De respondenten, zoals de heer Jansink, zijn het er wel over eens dat bij deze pogingen om leegstand in aanloopstraten tegen te gaan, een subsidie nodig is. Hiermee zou de winkel in de straten buiten het centrum getransformeerd kunnen worden naar een woning, of deze kan subsidie kan gebruikt worden om de winkel in de aanloopstraat aan te passen naar de moderne wensen van de ondernemer en consument.

De rol van de gemeente in Bergen op Zoom lijkt verschillend te zijn van die in Oldenzaal. Ten eerste valt dit te verklaren uit de situatie waarin beide steden zich begeven. De leegstandsproblematiek in Oldenzaal was en is groter dan in Bergen op Zoom (zie analyse Locatus §4.2).

Naast de gemeentelijke ambtenaren, beschikt Bergen op Zoom over een BinnenstadsLab.

Koen Stoffer van de gemeente Oldenzaal verwoordt het als volgt:

“Naar mijn inziens is de invloed en de rol van de gemeente beperkt, het gaat voornamelijk om een bewustwordingsproces, waarin wij als gemeente aan voorlichting, advisering en inventarisatie doen.”

Wat beide gemeenten kenmerkt is de grote betrokkenheid van de gemeente om actief, samen met ondernemers, bevolking en burgers te investeren in een aantrekkelijke, leefbare en vitale stad. Bergen op Zoom kent het Binnenstadslab, niet specifiek voor één straat of centrumdeel.

Oldenzaal heeft sinds ruim een jaar Stadsnoabers, waarbij noaberschap een Twentse uitdrukking is voor een kleine, sociale, overwegend agrarische gemeenschap van noabers (buren). Iedere naaber

heeft een zogenaamde noaberplicht, de verplichting andere noabers desgewenst met raad en daad bij te staan (Wikipedia, 2017). De binnenstadsmanager geeft aan dat haar taak voornamelijk gericht is op het creëren van meer levendigheid in de binnenstad, en dan met name vanuit de ondernemers. Ondernemers zorgen voor de aantrekkingskracht op burgers en bezoekers. Om de inwoners te verbinden met ondernemers bericht Hemken onder meer via social media over de ontwikkelingen op straat. Positieve resultaten worden geboekt, blijkt uit de voortgang van haar zoektocht naar ondernemers:

“Ik denk dat die straat zeker nog potentie heeft om er wat mee te doen. We hebben afgelopen jaar circa 20 nieuwe winkels en horeca geopend in de gehele binnenstad. [...]. Maar ik merk wel in de acquisitiesprekken dat de keuze al wat minder wordt voor het aantal panden dat ik heb. In de Deurningerstraat ook nog wel, maar ik denk dat de Deurningerstraat heel vaak negatief in het nieuws is geweest.”

Bij de start van het proces, waarbij de gemeente het initiatief heeft genomen om transformatie bespreekbaar te maken, hebben beide gemeenten een gelijksoortig beleid gevoerd. Bergen op Zoom (2015) en Oldenzaal (februari 2016) organiseerden een inspiratieavond waarbij alle ondernemers en vastgoedeigenaren uitgenodigd werden om samen met de gemeente te praten over de uitdagingen en mogelijke oplossingen. In beide gevallen was de opkomst hoger dan verwacht, tot 80 eigenaren en ondernemers in de Deurningerstraat, en werd de sfeer omschreven als informeel met de mogelijkheid om te netwerken onder het genot van een afsluitende borrel.

Externe adviseurs en inspirators werden uitgenodigd om de potentie van de straat toe te lichten, bijvoorbeeld een architect of een adviseur van het Kadaster, gespecialiseerd in ruilverkaveling in het geval van Oldenzaal. De heer Poppe geeft aan hoe het in zijn werk ging in de (Korte) Bosstraat:

“In 2015 hebben we alle ondernemers samen in een kroeg gezet. De opkomst was hoog, alle toonaangevende winkeliers en vastgoedeigenaren waren aanwezig.”

In Oldenzaal leidde deze inspiratieavond zelfs tot onmiddellijke vervolgstappen:

“Kunnen we iets organiseren, zodat er in ieder geval een klein beetje betrokkenheid ontstaat? Uiteindelijk heeft zij (een wethouder die de Deurningerstraat officieel bestempelde tot aanloopstraat) op dat moment misschien wel gespeeld als de gemeenschappelijke vijand. [...]. Wat er daarna gebeurde is dat al die vastgoedeigenaren elkaar hebben opgezocht, en hebben gezegd: we gaan collectief de huren naar beneden brengen.”

Eigenaarschap, ondernemerschap & lokale binding

Het type eigenaar van vastgoed is van grote invloed op de visie van de eigenaar qua handelen in economische onzekere tijden op een B/C-locatie.

De eerste indicatie, het aantal zelfstandige ondernemers in de straat, is in beide straten hoog. 81% van de ondernemers in de Deurningerstraat is zelfstandig, en maar liefst 100% van de ondernemers in de (Korte) Bosstraat is een zelfstandig ondernemer. Institutionele beleggers hebben geen omvangrijk bezit in voornoemde straten.

Uit het gesprek met mevrouw Bazen bleek dat relatief grote verschillen merkbaar waren voor en na de financiële crisis qua type eigenaar in de straat, waaruit ook de binding met het vastgoed naar voren komt:

“In crisistijd zagen wij wel dat in aanloopstraten, waar de beleggers zaten van buitenaf die niet uit Oldenzaal komen, weinig betrokkenheid toonden. Daar zagen we met name dat er geen initiatief in zat. Dat stond leeg, en het bleef leeg staan zonder zicht op iets anders.”

Door de economische crisis is de status en waarde van winkelvastgoed in aanloopstraten sterk verminderd. Door de crisis ontstond er een hogere bereidheid om vastgoed van de

hand te doen. De aankoopprijs was laag en de nieuwe eigenaar zou voor een relatief lage huur door kunnen verhuren. Lage aankooprijzen en dito huurprijzen in tijden van economische crisis kunnen lokale ondernemers en beleggers doen besluiten vastgoed aan te kopen in een lokale aanloopstraat. Door de lokale binding met de ondernemers en het retaillandschap heeft hij/zij een grotere bereidheid om met een relatief lage huurprijs de winkel weer op de markt te zetten (RVO, 2017; Stoffels, 2016, Stolwijk, 2012). Tijdens een speciale georganiseerde avond door de gemeente Oldenzaal werd winkelvastgoed in de aanloopstraten van de hand gedaan en aangekocht:

“Institutionele beleggers dachten destijds: wat moeten we hier in Oldenzaal? Het is dan wel mijn pand, maar ik heb er verder helemaal niks mee. Er zijn die avond allemaal afspraken gemaakt, er hebben daarna best wel wat transacties plaats gevonden.”

De verhouding van lokale vastgoedeigenaar versus niet-lokale vastgoedeigenaar in Oldenzaal is sinds de economische crisis langzamerhand omgedraaid. Tot drie jaar geleden was het 50/50, nu is de verhouding minstens 2/3 respectievelijk 1/3, in het voordeel van de lokale vastgoedeigenaren.

In Bergen op Zoom is de binding van vastgoedeigenaar/ondernemer met de locatie ook groot, al zijn hier geen indicatieve verhoudingen te geven.

Ook (nieuwe) bewoners hebben een binding met de straat waarin ze (gaan) wonen. In zowel Bergen op Zoom als Oldenzaal blijken de inwoners van de aanloopstraten voornamelijk personen te zijn met een duidelijk band met de stad. Oldenzalers en Bergenaren blijken daarin niet te verschillen van de gemiddelde Nederlander, die zich sterk verbonden voelen met hun geboorte- en woonomgeving, en tamelijk honkvast zijn. Een binding met de stad of straat is geen vereiste bij de transformatie van aanloopstraten, maar kan het integratieproces vergemakkelijken.

Koen Stoffer van de gemeente Bergen op Zoom zegt:

“De doelgroep is duidelijk aanwezig. Je moet een band met de stad hebben.”

De winkel & woning, afhankelijk van haar omgeving

Het mag duidelijk zijn dat de hoeveelheid detailhandel meters van vóór de economische crisis niet allemaal gevuld zullen worden in de nabije toekomst. Toch blijft voor de winkelier genoeg mogelijkheden bestaan een fysieke winkel te exploiteren, ook in aanloopstraten in middelgrote steden. Waar het huidige bezoek aan een winkelcentrum of binnenstad draait om beleving, ervaring en het bedienen van de zintuigen, kan een losstaande winkel deze ervaring niet in zijn eentje bieden. De winkelier heeft zijn collega's, de gemeente en het centrummanagement harder nodig dan ooit tevoren. Van een winkelcentrum weer een bruisend geheel maken is dus iets waarvoor men gezamenlijk een forse inspanning moet leveren (De Ondernemer, 2016). Het struikelblok is deze gezamenlijk investering.

In de (Korte) Bosstraat is er voor gekozen, na het wegvallen van de 'straat-ondernemersvereniging', om per promotieactiviteit kapitaal op te halen onder de ondernemers. De heer van Poppelen:

“Vroeger hadden we wel echte een straat ondernemersvereniging, maar dat is onderuit geholpen door die jongelui, de jonge garde. Die hebben gezegd: we gaan per actie bekijken of we met de pet rondgaan. Dat werkt ook goed, en daarnaast zijn we ook allemaal lid van ondernemersvereniging Sterck [...]”

Uit de interviews is gebleken dat ondernemers steeds meer afhankelijk zijn van hun (in)directe omgeving waarin zij acteren. De aantrekkelijkheid van een straat of winkelcentrum is in grote mate van invloed op de aantrekkelijkheid van een winkelpand. Vanuit het oogpunt van een ondernemer brengt dit extra dilemma's met zich mee, de invloed van een individuele ondernemer op de straat of gehele centrum waar hij zijn winkel heeft, is (zeer) beperkt als

het aankomt op netheid, voorzieningen, gevelkwaliteit, aankleding, promotie en parkeermogelijkheden.

Een veel gehoord aandachtspunt vanuit de betrokkenen is dat het concept van een (binnen)stad geherdefinieerd dient te worden. Onderzoeken van Verheul (2015) en Ruijgrok (2004) tonen aan dat een lokale identiteit belangrijk is voor inwoners om zich betrokken en verbonden te voelen met hun woon- en werkomgeving. Cultureel erfgoed en cultuurhistorie is een vaak gebruikte strategie om vanuit een visuele en soms fysieke verbeelding te komen tot persoonlijke verbondenheid met een locatie. Ook consumenten en toeristen kunnen zich identificeren met deze gecreëerde identiteit.

Volgens de heer Jansink zou Oldenzaal meer moeten inzetten op de stad als (voormalig) Hanzestad. Ondanks huidige inspanningen van de gemeente om deze connectie te leggen, mist hij een totaalbeeld welke karakteristieken de binnenstad, of specifieke locaties hier binnen, zou moeten uitstralen. Ondernemer Aaltink heeft er een gelijksoortige mening over:

“Naar Oldenzaal ga je toe vanwege de zelfstandige ondernemers. We hebben een hele mooie historie, een heel oudje stadje is het. Je moet nét dat andere zijn. Ik denk dat we dát ook heel goed kunnen zijn. Maar nu bungelen we overal tussenin.”

De reden waarom in Bergen op Zoom minder belang wordt gehecht aan een herwaardering van het totaalconcept van de binnenstad, komt waarschijnlijk voort uit de reeds al aanwezige sterke historische waarden die de stad bezit en uitdraagt. De historische Grote Markt heeft een grote aantrekkingskracht op consumenten en toeristen. Het behoudt van cultureel erfgoed in fysieke zin, heeft hier meer voet aan de bodem dan in Oldenzaal, waar echter de potentie groter is om deze comparatieve voordelen uit te buiten.

Conflicterende belangen

Leven in de stad leidt bij voorbaat, naast de vele voordelen die het met zich meebrengt, ook tot irritaties, botsende belangen en overlast. Ouderen, jongeren, winkeliers, consumenten, toeristen, de gemeente, pandeigenaren en bewoners hebben allen verschillende behoeftes als het aankomt op leven in de stad.

In dit onderzoek is onder meer onderzocht of verschillende belangen van de bewoner en de ondernemer, een ‘succesvolle’ transformatie in de weg staan. Een belangrijk gegeven hierin is dat aanloopstraten over het algemeen appartementen en woning bevatten uit de particuliere huursector. Voor Oldenzaal is dit zeker het geval, in Bergen op Zoom kwam particulier eigendom relatief vaker voor. Zoals beschreven door Noordenne (2010, 19), zorgt eigenwoningbezit tot grotere verantwoordelijkheid voor de woningen en de omgeving en (een vermeende) grotere participatie in de sociale omgeving.

Uit de interviews blijkt dit sterk naar voren te komen. Binnenstadsmanager mevrouw Hemken geeft ten eerste aan dat het haar in een jaar tijd nog niet gelukt is om bewoners van de Deurningerstraat te spreken te krijgen, ondanks verschillende uitnodigingen daartoe. Zoals ze al eerder aangaf, straalt een gesloten façade uit het beeld vergelijkbaar met een bordeel. De heer Aaltink geeft voorbeelden met dezelfde strekking, gesloten winkelramen met vitrage afscherming voor de ramen. Begrip wordt opgebracht, omdat inwoners met het raam direct grenzen aan het winkelgebied en waarde hechten aan hun privacy. Zichtbaar is hier een botsing tussen enerzijds de bewoners van de straat, en anderzijds diegene die gebaat zijn bij een open, hoogwaardig afgewerkte en uitnodigende gevel wat de aantrekkelijkheid van de straat ten goede komt.

Tot slot bevestigt mevrouw Bazen van de gemeente Oldenzaal dit beeld van botsende belangen en niet-actieve bewoners van de straat, en welke gevolgen dit heeft:

“Bewoners laten zich minder snel horen dan de ondernemers, en die spreek ik dus ook weinig. Die hebben meer belang bij alles wat er moet veranderen in hun eigen voordeel, of niet. Die ondernemer wil veel meer links, de bewoner veel meer rechts. Dat bedoelde ik net met het nieuwe evenwicht, [...], dat zijn ze nu langzamerhand aan het zoeken.”

In Bergen op Zoom is de overlast van een andere orde, waarbij belangenconflicten ontstaan tussen enerzijds bewoners en anderzijds ondernemers. Niet de kwaliteit van het vastgoed is een heet hangijzer, maar overlast die veroorzaakt wordt door bepaalde groepen bewoners. Een aantal jongeren, wonend in huurappartementen, gedraagt zich niet naar de maatstaven van de gemeenschap:

“De huizen boven de shoarmatenten, waar die lelijke nieuwbouw opgezet is in de jaren '70. Daar zit wel veel van dat soort volk, waarvan je zegt... Die plempen we dan even in de binnenstad, voor een rotprijs. Die geven wel het nodige overlast en problemen, voornamelijk 's avonds en 's nachts.

Een conflict van een andere orde, gaat over een modern kunstwerk dat enkele jaren aan het begin van de Bosstraat gestaan heeft. Het symboliseert een historische stadspoort, zoals Bergen op Zoom die destijds zeven in totaal had, en is onderdeel van het jaarlijkse Krabbefoorfeest. Het kunstwerk zou in 2018 tussen de maanden juni en september opgesteld staan als opvallende toegangspoort naar de Bosstraat en het achtergelegen centrum. De gemeente en het overgrote deel van de ondernemers zagen de ontwikkeling en plaatsing vanuit marketingtechnisch oogpunt als een positieve bijdrage aan de beleving van de aanloopstraat. Echter, enkele direct omwonenden ervoeren het kunstwerk als een doorn in het oog, ze vrezen voor hun veiligheid en bereikbaarheid van huis en winkel. Na een gang naar de rechter, bleken de gemeente en de ondernemers niet de juiste vergunning te hebben het kunstwerk in 2018 te mogen plaatsen.

Zoals beschreven door Phi, Dredge & Whitford (2014) kunnen evenementen en activiteiten in (binnen)steden zorgen voor conflicten tussen gebruikers van de openbare ruimte. Bewoners hebben hierbij een ander doel dan gemeente en ondernemers in de straat: namelijk permanente leefbaarheid, veiligheid en bereikbaarheid versus een aantrekkelijke aandachtstrekker ter verfraaiing van een aanloopstraat.

Inrichting & aankleding openbare ruimte

Zowel in Bergen op Zoom als in Oldenzaal is in het verleden getracht door middel van geluid- en lichtinstallaties de bezoekers te verleiden tot het bezoeken van de straat en de winkels. In beide straten zijn ook plannen in de voorbereidende fase om opnieuw deze installaties in werking te zetten.

De heer Aaltink ziet licht en geluid als onderdeel van de inrichting van de Deurningerstraat. Als lid van een van de werkgroepen heeft hij zich bemoeid met de aanschaf van nieuwe geluidsinstallaties:

“Licht en geluid zijn beide een element, maar het is niet dé oplossing. Als je het als laatste strohalm pakt, dan vergeet het maar.”

Hiermee deelt hij de kritiek zoals opgesteld door onder andere Van Tellingen en Rodenburg (2018), die het te pas en te onpas gebruik maken van licht- en geluidsinstallaties hekelen als wondermiddel tegen leegstand of verpaupering. Aaltink merkt terecht op dat deze middelen geen laatste strohalm mogen zijn. In overeenkomst met de kritiek van Van Tellingen dient de basis van een winkelcentrum ten aller tijde op orde te zijn, met passende winkels, een duidelijk routing en makkelijk parkeren bijvoorbeeld.

Mevrouw Hemken van Stadsnoabers was ook actief betrokken bij de kwestie omtrent licht en geluid in de Deurningerstraat. Via een Stadscheque (een stimulans van €2.500,-, om initiatieven in de stad een duwtje in de rug te geven) kreeg het plan de middelen om het initiatief voort te zetten.

Ze gaf echter wel aan dat muziek en licht in de straat voor problemen en botsende belangen kunnen zorgen. Met meer huishoudens in de straat, is de kans op overlast en irritaties

groeïende. In overeenstemming met de literatuur van DeNora & Belcher (2000), reageren doelgroepen verschillend op bijvoorbeeld muziek.

“Muziek is een lastige keuze, want wat draai je? Hoe zit het met omwonenden?”

Duurzaamheid en vergroening zijn belangrijke thema's binnen de openbare ruimte, waar straten een groot deel van uitmaken. Echter blijken deze twee thema's niet of nauwelijks voor te komen in de visies omtrent beide aanloopstraten, ondanks de ambities uit de 'Duurzaam Oldenzaal Toekomstvisie 2025' om bij de top 25 duurzaamste gemeenten van Nederland te behoren. Veel ideeën liggen voor het grijpen om uitgevoerd te worden de bewoners en ondernemers van de straat. Groen in de straat bleek geen 'hot issue' te zijn in beide aanloopstraten. Een mogelijke verklaring is het gebrek aan mogelijkheden om grootschalig groen te realiseren. Mogelijke vergroening moet dus op een creatieve wijze ingepast worden in de bestaande bebouwing en bestrating.

In alle interviews werd de vergroening van de straat slechts een enkele keer genoemd. In het interview met de heer van Poppelen, ondernemer in de Bosstraat, worden 'hanging baskets' genoemd, plantenbakken vastgemaakt aan lantaarnpalen. Uit de context valt af te leiden dat de primaire reden niet zozeer verduurzaming of vergroening is, maar meer promotie technisch:

“We (ondernemersvereniging Sterck – Stad en Regio Commerciële Kring) hebben ontzettend veel aan leefbaarheid gedaan. [...]. Groen in de straat, de 'hanging baskets', de vlaggenstokken, dat zijn wel belangrijke dingen.”

Gevelkwaliteit

De uitstraling van gevels en wanden bepalen binnen de bredere thematiek van de inrichting en aankleding van de openbare ruimte voor een groot gedeelte de attractiviteit van de aanloopstraat. Ondanks dat ze in theorie en praktijk niet direct onderdeel uitmaken van de openbare ruimte, heeft het wel een grote uitstraling op de openbare ruimte, het grenst het er letterlijk aan. Verbetering van gevels en winkelpuien kan de uitstraling van aanloopstraten dan ook ten goede komen. Uit de literatuur van onder andere Janssen, Van den Berg & Borgers (2013) en Nase, Berry & Adair (2013) blijkt dat de kwaliteit, het materiaalgebruik en kleurgebruik belangrijke kenmerken zijn die invloed hebben op de beleving van de winkelomgeving.

Uit de interviews blijkt meermaals dat de kwaliteit van gevels te kort schiet, zowel bij bestaande winkelpanden als getransformeerde panden. De kritiek is dat de gemeente tijdens de transformatie onvoldoende heeft kunnen waarborgen dat de kwaliteit van het vastgoed op peil zou worden gehouden.

In de Deurningerstraat te Oldenzaal gaat het bijvoorbeeld om het voormalige Wibra pand, tegenwoordig onderdak biedend aan drie afzonderlijke kleine studio's op de begane grond. De heer Aaltink, eigenaar en ondernemer, geeft aan:

“Als je nu het pand van de Wibra ziet, het is echt afschuwelijk. Als je dan transformeert, waar ik dan al geen voorstander ben, probeer dan ten eerste de levendigheid te behouden. Doe het dan tenminste met een mooi geveltje, de oude authentieke uitstraling, die van de oude Hanzestad.”

Mevrouw Hemken, binnenstadsmanager van de gemeente Oldenzaal namens Stadsnoabers, heeft een soortgelijke kijk op de kwaliteit van enkele gevels in de Deurningerstraat. Naast de kwaliteit van gevels, valt haar het gesloten karakter van de getransformeerde winkels naar woningen of nog te verhuren panden op.

“De gevels zijn inderdaad niet mooi geworden. Het ziet er een beetje uit als een bordeel, rooie lampjes erachter en klaar... Maar dat is ook gewoon weer een leermoment geweest

voor ons, deze eerste transformaties. Al die gordijnen zitten dicht, daar word je niet blij van, een binnenstad met allemaal gordijnen.”

Het gesloten karakter van enkele woningen in de straat blijkt symbool te staan voor de positie die bewoners van de twee onderzochte aanloopstraten innemen in het bewonerscollectief. Huurders van woningen blijken ten eerste, niet alleen van toepassing op dit onderzoek, moeilijk te bereiken voor medewerking met onderzoek.

De kwaliteit van gevels is ten eerste van belang, om eventuele dreigende leegstand te voorkomen. Relatief eenvoudige ingrepen in de kwaliteit van vastgoed kunnen er mede voor zorgen dat een aanloopstraat (her)ontdekt wordt als aantrekkelijke winkelstraat voor consumenten waardoor het haar functie als winkelstraat niet verliest.

Indien de aanloopstraat haar primaire functie als winkelstraat dreigt te verliezen, is het noodzaak de kwaliteit van het vastgoed op een hoog peil te houden, en een mix aan functies te behouden in de straat zoals wonen, cultuur, kantoor en horeca. Indien de kwaliteit van het vastgoed niet op orde is, kan er een *vicious circle of decline* optreden. Hierin kan kwalitatief slecht vastgoed zorgen voor leegstand, wat leidt tot verloedering. Ondernemers en bewoners willen zich niet langer vestigen in deze gebieden wat leidt tot verdere verloedering en leegstand (Benus, 2015).

Parkeren

Waar aanloopstraten relatief in grote mate afhankelijk zijn van aantrekkelijke bronpunten, zoals parkeerterreinen of openbaarvervoer knooppunten, geldt dat ook in het geval van de Deurningerstraat en (Korte) Bosstraat.

Waar het aankomt op parkeren, lopen de gemoederen vaak hoog op. Het ene kamp in de discussie ziet gratis of voordelig parkeren en de aanwezigheid van voldoende parkeerplekken dichtbij het centrum als dé ultieme oplossing om bezoekers te verleiden hun stad of straat te bezoeken. De andere kant, vaak vertegenwoordigd door de gemeente, ziet grootschalig parkeren als veroorzakers van luchtvervuiling en verkeersdruk in de binnensteden.

In Oldenzaal is de discussie als volgt: wat mag de auto wél en niet in de aanloopstraat, en welk parkeerregime hanteren we bij parkeerterreinen.

Naargelang het perspectief en de functie van de straat dreigt te veranderen, passen (met name) de ondernemers hun eisen daarop aan. De gedachte was dat de leegstand verholpen kon worden door van de straat een ‘stop-en-go’ straat te maken, waardoor een lokale ondernemer als een groenteboer, slager of bakker interesse zou hebben zich hier te vestigen. Door de toevoeging van enkele woningen, sloeg de tendens om. Mevrouw Bazen van de gemeente Oldenzaal:

“[...] We hoeven de auto helemaal niet meer door de straat, want dan worden we echt die woonstraat waar gewoon geparkeerd wordt en alles. Dan zijn we nog meer het karakter van de winkelstraat kwijt”. [...] Dat het straatbeeld en de bewoner geen auto heeft, is natuurlijk nog wel het beeld van de prototype winkelstraat.”

Frictie ontstaat daar waar bewoners vergunningen krijgen om te parkeren op de zeer beperkt aanwezige parkeerplaatsen (7-8 stuks) om de hoek van de Deurningerstraat (niet het grote parkeerterrein). Het gevolg: ondernemers die hun beklag doen. Irritaties worden opgewekt doordat winkeliers zien dat zaterdag de schaarse parkeerplaatsen in de straat in toenemende mate bezet worden door inwoners met een parkeervergunning. De klanten van de winkeliers in de straat moeten tot ergernis van de ondernemer zijn auto verder weg parkeren.

De druk om een goed parkeerregime te ontwikkelen aan de rand van de aanloopstraat, nam toe door het uitsluiten van de auto in de aanloopstraat. Ondernemers verwachten en eisen aan de westzijde van de Deurningerstraat een aantrekkelijk en betaalbare parkeervoorziening. De binnenstadsmanager en twee ondernemers geven als grootste

ergernis aan dat de gemeente stug volhoudt aan betaald parkeren, terwijl in grotere steden als Enschede parkeren (relatief) goedkoop is en het de consument veel meer winkelaanbod en beleving kan bieden. Ondernemers zien deze oneerlijke concurrentiestrijd dan ook als reden om parkeren gratis te maken om zo consumenten (weer) naar het Oldenzaalse centrum te trekken. Ondanks wetenschappelijk onderzoek, zie Mingardo (2015), waarin meermaals geconcludeerd wordt dat het verlagen of zelfs helemaal gratis maken van parkeren een zeer geringe invloed heeft op bezoekersaantallen en de omzet van winkels, zien de lokale ondernemers dit anders. Jansink:

“Enschede is op dit moment hot, daar betaal je in een garage 10/15 euro voor een dag. Maar wel een dag consumeren in een aantrekkelijke binnenstad. Dat is je 10 euro waard want je vermaakt je.

In Oldenzaal betaal je vijf euro en vind je een lege binnenstad, dat werkt irritaties op. Ga terug naar af, [...], de eerste één of twee uur gratis, desnoods helemaal vrijgeven.”

Bergen op Zoom heeft te maken met soortgelijke mobiliteitsissues. De heer Stoffer (projectleider gebiedsontwikkeling) geeft aan dat de Bosstraat als gevaarlijk wordt beschouwd vanwege de hoge snelheden die gereden worden. In de toekomst zullen snelheidsdrempels worden aangelegd. Paaltjes langs de weg moet foutparkeren tegengaan, maar zorgt tegelijkertijd dat het ‘stop-en-go’ karakter van de straat teniet wordt gedaan omdat deze over de lengte aan één zijde van de Bosstraat zijn toegepast.

Transformatie als oplossing

Uit de interviews is gebleken dat, zeker in het geval van Oldenzaal, de wens naar een compacter kernwinkelgebied prioriteit heeft boven het transformeren van leegstaand vastgoed in de aanloopstraten. Volgens verschillende ondernemers en betrokkenen, dienen eerst ondernemers uit de ring om het centrum heen verleid te worden zich in het centrum te gaan vestigen. Winkelvastgoed buiten het kernwinkelgebied kan daarna eventueel met gemeentelijke subsidies getransformeerd worden naar woningen. Op de lange termijn, als ook dan nog leegstand voorkomt in het kernwinkelgebied en goed functionerende aanloopstraten, kan gedacht worden aan transformatie van winkels naar woningen.

Echter, de aanloopstraat zou geschikter zijn (volgens dhr. Jansink en mevr. Hemken) om op de lange termijn nog over voldoende detailhandel te beschikken om tot het kernwinkelgebied te behoren. Straten buiten het centrum zouden hun losse structuur aan detailhandel moeten verplaatsen naar het kernwinkelgebied. Zo concentreert detailhandel zich in het centrum waar het een grotere kans heeft op overleven. Gemeenten zouden deze herverkaveling sterker moeten regisseren, en transformatie van detailhandel in aanloopstraten als laatste redmiddel moeten gebruiken.

Indien de keuze, bijvoorbeeld vanuit gemeentelijk beleid, gevallen is op het transformeren van winkels, blijkt in de praktijk dat in toenemende mate, barrières worden weggenomen om tot daadwerkelijk transformeren over te gaan.

Uit onderzoek van onder meer Baaré (2014) en Hamnett & Whitelegg (2007) blijkt dat transformeren in de praktijk steeds eenvoudiger en voordeliger gerealiseerd kan worden. Deze gedachte van praktische uitvoerbaarheid wordt bekrachtigd door de binnenstadsmanager van Oldenzaal, mevrouw Hemken:

“We hebben voornamelijk kleinere winkelpanden, de meeste tussen de 100 en 150 vierkante meter. Dat is dus prima voor een woning, als je wilt kun je er zo een woning van maken. Het voordeel van de Deurningerstraat is ook dat een aantal panden daarachter ook nog een stukje grond hebben, een achterom.”

Mevrouw Bazen van de gemeente is minder positief dan mevrouw Hemken over de potentie van winkels om te transformeren. Het gevolg van een matig succesvolle transformatie is een

slechte en goedkope gevelkwaliteit van enkele panden. Door vooral de zoektocht van eigenaren en nieuwe bewoners naar zonlicht, zijn gevels en woningunits in haar ogen verkeerd geplaatst. Het toevoegen van minimale eisen voor de gevelkwaliteit qua materiaalgebruik en onderhoud zou volgens verschillende respondenten een positieve invloed hebben op de visuele aantrekkingskracht van de aanloopstraat. Mevrouw Bazen over de moeilijkheid van transformatie in bestaand vastgoed:

“Dat (slechte gevelkwaliteit) ontstaat ook hé, winkelpanden zijn heel anders qua opbouw dan woningen. [...]. Dan zit je met zonlicht en alles hé. [...]. Dat maakt dat als je in de binnenstraat zit, al die panden hetzelfde zonlicht proberen te pakken. Dus er zitten transformaties bij die aan dezelfde kant zijn gezet, terwijl je niet met z'n tweeën hetzelfde raampje kan neerzetten.”

Transformatie als laatste redmiddel?

Transformeren van winkelvastgoed is vaak een van de eerste opties die geopperd worden door gemeente of onderzoekers. Echter, het transformeren van een winkel naar een woning is vaak een structurele aanpassing van de bestemming. De kosten van transformatie zijn hoog en wordt toegepast theoretisch gezien in de meest uitzichtloze situaties.

De vraag is dan ook in hoeverre gemeenten bijvoorbeeld subsidies moeten geven om transformaties te bevorderen. Uit verschillende interviews blijkt dat betrokkenen stellig van mening zijn dat de transformaties té vroeg zijn uitgevoerd in Oldenzaal. De verwachting is zelfs dat detailhandel nog perspectief genoeg heeft in deze aanloopstraat. De heer Jansink zegt hierover:

“Er wordt nu getransformeerd in één van die aanloopstraten, en ik beweer dat als er één keer een winkelpand getransformeerd wordt, het terug transformeren naar retail heel moeilijk is. De komende jaren, als je een goede invulling gaat geven aan de binnenstad, en je dus het concept ‘Oldenzaal winkelcentrum’ terugbrengt, heb je feitelijk straks winkelruimte te weinig”.

Bestemmingtechnisch is het overigens mogelijk om deze transformatie, van woning naar winkel, te niet te doen. Volgens mevrouw Hemken verandert de bestemming op de panden niet, deze blijft een zogenaamde ‘centrumbestemming’ behouden, waar wonen, kantoor, winkel et cetera toegestaan zijn. Uit de literatuur bleek eveneens dat herbestemming van bestaand vastgoed in veel gevallen binnen de huidige wet -en regelgeving al mogelijk is door flexibiliteit vanuit de Woningwet en omgevingsvergunning (NRP, 2014)

En indien deze transformatie uitgevoerd zijn, waar de respondenten indien goed onderbouwd voorstander van zijn, dient de uitwerking aan specifieke eisen te voldoen.

Volgens Smit (2016, 100) zouden gemeenten bescheiden moeten omgaan met de beperkte middelen en ambtelijke capaciteit die ze bezitten. Hij prefereert een aanpak gebaseerd op overleg met vastgoedeigenaren, verruiming van de mogelijkheden voor tijdelijk gebruik en een zorgvuldige beoordeling van nieuwbouwplannen. De afweging is kiezen tussen zo snel mogelijk af zien te komen van leegstand en de negatieve gevolgen daarvan vanuit het oogpunt van de gemeente, de andere keuze is geredeneerd vanuit de vastgoedeigenaar die opziet tegen de te maken kosten voor transformatie en de lagere huuropbrengsten daaruit. De vastgoedeigenaar wacht vaak liever een aantal maanden of zelfs jaren met de hoop op betere economische tijden zodat een nieuwe ondernemer zijn vastgoedobject wil huren.

De Vlaszak & De Vijfhoek

Tot slot wordt ingezoomd op de twee externe Beide aanloopstraten in de twee middelgrote steden hebben te maken met een externe bedreiging die van grote invloed is op het functioneren van de straat. In beide gevallen gaat het om een complex waarin een combinatie van wonen, winkelen en parkeren gevestigd is.

In Oldenzaal gaat het om de In den Vijfhoek, in Bergen op Zoom De Vlaszak. In de casusbeschrijving is kort uitgelegd de situatie rondom deze winkelcentra. Voor de duidelijkheid, dit onderzoek probeert niet beide bedreigingen met elkaar te vergelijken qua omvang, problematiek of omgang van de gemeente, maar de gevolgen die het heeft op de lokale inwoners en ondernemers.

In beide gevallen heeft de onduidelijkheid over de toekomst van het project gezorgd voor afwachtende ondernemers, onzekere passantenstromen en conflicten tussen gemeente, vastgoedeigenaren en ondernemers.

Het verwijt in Oldenzaal komt voornamelijk te liggen bij de gemeente. Deze zou onder de indruk zijn van de vastgoedeigenaar is het verwijt, en daardoor op de hand zijn van de wensen van Unibail Rodamco. De gemeente zou pas ná de besluitvorming omtrent de afsluiting van de passage de inwoners en ondernemers hebben ingelicht en betrokken hebben bij verdere informatievergaring. Als laatste volgt de onduidelijkheid wat de invloed van het afsluiten van de winkelpassage is op de straat die hieruit een belangrijk deel van haar passantenstroom ontving.

De heer Jansink:

“Door de ontwikkelingen rondom de passage, zijn heel veel ondernemers afwachtend geworden. Wat gaat er met die straat gebeuren, en onzekerheid is funest. Daar vestigen zich op dit moment geen nieuwe winkeliers meer. Dat duurt ook te lang. Wat gaat de Deurningerstraat voor type straat worden, winkel- of woonstraat? Een mix daarvan kennen wij nog niet hier, hoe ontwikkelt zich dat?”

In Bergen op Zoom lijkt de problematiek rondom de Vlaszak minder groot te zijn. Het effect van een onveilige, verpauperde en verouderde parkeergarage annex klein winkelcentrum is niet van doorslaggevende factor voor de ondernemers of bewoners om zich niet in de straat te vestigen, zo lijkt het. Dat de ernst toch niet onderschat moet worden, blijkt uit een noodbrief die ondernemers uit de straat opgesteld hebben, gericht aan de gehele gemeenteraad. Door de ‘geweldige parkeergelegenheden’ bij De Zeeland (een modern winkelcentrum aan de rand van de stad) vrezen de ondernemers nog meer klantenverlies. Verdeeldheid in de gemeenteraad over bijvoorbeeld de locatie van de in- en uitgang van de parkeergarage zorgt voor onnodig uitstel van het besluit waar een investering van drie miljoen euro mee gemoeid is (Van de Kastele, 2017).

Geconcludeerd zou kunnen worden uit beide cases dat, hoe vervelend een afsluiting van een winkelpassage of een slecht functionerende parkeergarage ook kan zijn, duidelijkheid over het toekomstperspectief minstens zo belangrijk is zodat ondernemers alternatieven (initiatieven) kunnen opzetten om teruglopende passantenstromen op te vangen.

5.2: Resultaten analyse data Locatus

De volgende gegevens gelden voor vastgoedunits op de begane grond. Indien een vastgoedpand bestaat uit meerdere lagen, met woonbestemming op de eerste verdieping of hoger ná transformatie, worden deze wel meegeteld, de overige functies niet.

Bovenstaande data is gebaseerd op data zoals verkregen van Locatus. De meest recente data (2017) is handmatig gecheckt op onjuistheden in juli 2018, en aangepast indien nodig. Een woning wordt gezien als een apart huisnummer met als functie de woonbestemming, het kan dus ook gaan om een huisnummer met toevoeging.

Tabel 1: Functieverdeling Deurningerstraat, Oldenzaal

	2010	2017	+/- %
Totaal aantal huisnummers	42	48*	+ 14,3%
Totaal aantal winkels	30	20	- 33,3%
Totaal aantal leegstand	3	9	+ 200%
Totaal aantal woningen	1	11	+ 1000%
Totaal aantal overig (kantoor, diensten, horeca)	7	8	+ 14,3%
Totaal aantal winkels, leegstand, woningen en overig	41**	48**	+ 17,1%

(Bron: Data verkregen van Locatus, bewerkt)

*Het totaal aantal huisnummers in 2017 bevat tevens winkelpanden die getransformeerd zijn tot meerdere losse woningunits (bijv. winkel nr 18 in 2010 → woning nr 18a + 18b + 18c in 2017).

**De losse winkel onderdelen plus overige opgeteld komen niet uit op het totaal aantal aan huisnummers. Dit is te wijten aan verschil in tellingen en definities van vastgoed units en/of het samentrekken of splitsen van vastgoed naar meer of minder units. De verschillen zijn echter minimaal (41 om 42). Omdat samenvoegen of splitsen elkaar kunnen opheffen, is in de data niet na te gaan in hoeverre dat hier daadwerkelijk gebeurd is.

Het aantal huisnummers is toegenomen met 14,3%. Het aantal operationele winkels is gedaald met 33%, terwijl hier (grotendeels) woningen voor terug zijn gekomen, woningen kent namelijk een stijging van maar liefst 1000%. Het aantal leegstaande panden is echter ook gestegen, met 200%. De toename van totaal aantal huisnummers is nog geen 3% afwijkend van het totaal aantal panden (14,3% om 17,1%). Een conclusie trekken omtrent de toename van woningen ten koste van winkels, is hiermee gerechtvaardigd.

De situatie van juli 2018 in de Deurningerstraat laat twee kanten zien. Enerzijds is de transformatie uitgevoerd, 10 winkelpanden hebben hun functie verloren (van 30 naar 20), en 10 woningen zijn toegevoegd (van 1 naar 11). Anderzijds is het hoofddoel, de leegstand verminderen, vanuit deze cijfers, niet behaald. Sterker nog, de leegstand is gestegen met 200%, van drie naar negen leegstaande panden.

Dit valt te verklaren door het feit dat 2010 hoogstwaarschijnlijk niet het jaar is geweest waarin de economische crisis in de Oldenzaalse detailhandel het best zichtbaar was. Uit de gesprekken, bijvoorbeeld met mevrouw Bazen van de gemeente Oldenzaal, blijkt dat de leegstand het grootste was rond de periode 2014-2016. Zou een dataset uit een recenter jaar dan 2010 genomen zijn, dan zou het aantal leegstaande panden hoger zijn dan drie, zoals nu het geval is in 2010. Het percentage stijging leegstand zou dan minder groot zijn dan nu het geval is, en dichterbij een kleine toe- of zelfs afname zitten. Het aantal leegstaande panden in 2017 maskeert ook enigszins het feit dat voor een aantal panden in de tussentijds (2017 – zomer 2018) een nieuwe invulling is gevonden, of hier door de vastgoedeigenaren hard aan gewerkt wordt, zowel qua winkels als qua woning. Deze nieuwe invulling is echter nog niet 100% openbaar gemaakt voor het publiek, en kan nog gewijzigd worden.

Het voordeel voor het gebruik van de data uit het jaar 2010, is de langere periode die gebruikt is voor het transformeren van winkels naar woningen. Deze cijfers komen wél overduidelijk naar voren in de vergelijking tussen 2010 en 2017, namelijk een daling van winkels met 33% en een stijging van woningen met 1000%.

Tot slot kan aangetoond worden dat het aantal zelfstandig ondernemers in de Deurningerstraat groot is. Van de 27 winkels zijn er vijf niet zelfstandig (19%), oftewel op de een of andere manier verbonden aan een formule.

Korte Bosstraat & Bosstraat

Voor deze analyse is opnieuw data van Locatus gebruikt, overeenkomstig met de data zoals gebruikt voor de Deurningerstraat. Ook in dit geval is de meest recente data (2017) gecheckt op onjuistheden in juli 2018, zodat up to date gegevens gebruikt zijn voor de analyse.

De Korte Bosstraat en Bosstraat zijn samengevoegd. Enerzijds omdat beide straten direct in elkaar overlopen en een natuurlijk geheel vormen, en ten tweede omdat de omvang van de Korte Bosstraat zeer beperkt is qua panden. Daardoor zou een kleine toe- of afname (van bijvoorbeeld leegstaande panden, winkels of woningen) al kunnen leiden tot grote procentuele verschillen tussen de twee meetmomenten.

Tabel 2: Functieverdeling (Korte) Bosstraat, Bergen op Zoom

	2010	2017	+/- %
Totaal aantal huisnummers	39	38	-3%
Totaal aantal winkels	17	13	-24%
Totaal aantal leegstand	6	8	+ 33%
Totaal aantal woningen	0	2	+ 200%
Totaal aantal overig (kantoor, diensten, horeca)	16	15	-6%
Totaal aantal winkels, leegstand, woningen en overig	39	38	-3%

(Bron: Data verkregen van Locatus, bewerkt)

De eerste opmerking die geplaatst dient te worden is dat het aantal woningen minimaal gestegen is, van nul naar twee. De verklaring hiervoor is dat voor minimaal twee panden, de status op dit moment in 'in verbouwing' is, of concrete plannen gemaakt zijn om winkels tot appartementen te transformeren. Het gaat om huisnummer 28, 28ab en 30 (vier appartementen) en 18 (drie luxe appartementen). Totaal aantal huisnummers in 2017 is dus gelijk aan 2010, omdat realisatie van de appartementen nog niet uitgevoerd is.

Het beleid van de gemeente om de groei van winkels stop te zetten in de (Korte) Bosstraat is geslaagd. Het aantal winkels is gedaald (-24%), terwijl het aantal woningen licht gestegen is (+200%). Een bredere functiemix is hiermee bereikt. Percentueel is ook het aantal overige functies licht gedaald (-6%), wat overigens niet deel uitmaakte van gemeentelijk beleid. Een forse stijging van +200% is te verklaren door het feit dat de uitgangspositie nul was in 2010. Dit percentage zal oplopen als over enkele jaren geplande transformatieprojecten uitgevoerd zijn.

De toename van leegstand (+33%) kan deels verklaard worden door het feit dat enkele tellingen van leegstaand vastgoed reeds aangemerkt kunnen worden als toekomstige woningen.

Het aantal zelfstandigen in de (Korte) Bosstraat is zeer hoog. Van de 29 winkels is 100% zelfstandig, en dus niet verbonden aan een formule.

Concluderend, kan voor beide straten onderschreven worden dat, dan wel door gemeentelijk beleid, dan wel door overige ontwikkelingen, het aantal winkels daalt en het aantal woningen stijgt. Beide straten laten daarnaast een matig tot forse stijging van leegstand zien, en een minimale verandering in overige functies (in aantallen).

Hoofdstuk 6: Conclusie & aanbevelingen

Conclusie

De aanleiding om transformaties van detailhandelsvastgoed te overwegen, is grotendeels voortgekomen uit de gevolgen van de economische crisis in het Nederlandse retaillandschap: leegstand in voornamelijk aanloopstraten. Na de crisis drong het besef door dat jarenlang de productie van winkelvloeroppervlak groter was dan de vraag daarnaar.

Door bedreigingen vanuit onder andere de technologie (aandeel online bestedingen stijgt snel), een veranderende demografie (vergrijzing, meer eenpersoonshuishoudens, krimpende bevolking) en flexibele consumentenbehoeftes (wonen in de stad) is de verwachting dat deze leegstand structureel zal zijn. Andere functies die profiteren van de nabijheid van het (winkel)centrum en de kritieke massa (van consumenten, kapitaal, innovatie) die zich hier bevindt zijn bijvoorbeeld wonen, cultuur, zorg en dienstverlening.

Middelgrote steden zijn nog kwetsbaarder voor structurele leegstand en verloedering van straten dan grote steden of dorpskernen. Enerzijds vanwege het ontbreken van de juiste beleving waar de consument naar verlangt en een totaalaanbod van diensten en producten. Anderzijds is het comparatieve voordeel ten opzichte van een dorpskern of buurtwinkelcentrum minimaal voor dagelijkse benodigdheden.

Concluderend, is het onderscheidend vermogen onvoldoende groot om te kunnen concurreren met enerzijds de totaal ervaring die een grote stad biedt, en anderzijds dagelijks gemak van een dorp- of buurtcentrum.

Gemeenten zijn waakzaam om verloedering van het straatbeeld, en zo een gevoel van onveiligheid en verpaupering te voorkomen. Ondernemers hebben een soortgelijk belang, waarbij leegstand en verloedering van de omgeving zorgt voor minder passantenstromen en uitstraling.

Vanuit een literatuurstudie naar welke factoren een transformatie beïnvloeden, is een selectie gemaakt van de meest aangehaalde factoren, naast de openbare ruimte. Vanwege de complexiteit van factoren die van invloed zijn, en deze per situatie sterk kunnen verschillen, is gebleven bij een uitwerking van de hoofdlijnen.

De dalende vraag naar winkelvloeroppervlak enerzijds, en de stijgende vraag naar wonen anderzijds, maakt het aannemelijk om in centrumgebieden te overwegen winkels te transformeren. Hierin speelt dus een belangrijke rol de regionale woning- en winkelvastgoedmarkt. De vastgoedmarkt wordt op zijn beurt beïnvloedt door ontwikkelingen op het gebied van de consumentenbehoefte, demografie en huishoudenssamenstelling, veranderend gebruik van de stad en (lokaal) overheidsbeleid.

In de aanloopstraten van middelgrote Nederlandse steden is de vraag naar wonen relatief mogen, terwijl vraag naar winkelruimte zwak is, waarbij enkele oorzaken uitgezet zijn in het beantwoorden van deelvraag één.

Specifiek wetenschappelijk onderzoek naar welke factoren van belang zijn in de openbare ruimte ter transformatie van aanloopstraten is schaars. Veel onderzoek omtrent de openbare ruimte richt zich op welke factoren van invloed zijn op de beleving van de gebruiker ervan.

Op straatniveau zijn factoren als de personificatie van de winkelgevel, het aantal zitmogelijkheden en overige straatmeubelen, de breedte van straat en stoep en de hoeveelheid schaduw van bomen van relatief groot belang.

Ook groen in de straat zorgt voor een aantal voordelen. Zo zorgt het toevoegen van groen voor het behalen van duurzaamheidsdoelstellingen (wateradaptatie, verkoeling bieden) en het creëren van een aantrekkelijk en uniek stedelijk milieu voor consumptie en wonen.

Fysieke ingrepen in de openbare ruimte ter bevordering van de beleving van de consument door het prikkelen van de zintuigen, krijgt geleidelijk meer aandacht vanuit de wetenschap, met wisselende kritieken op de uitwerking ervan. Het gaat dan met name om *in-store* ervaringen, niet experimenten in de gehele straat. Zo zouden geluid- en lichtinstallaties alleen werken bij specifieke doelgroepen, en in het geval het totaalconcept van de straat als winkelomgeving op orde is.

Mobiliteits-gerelateerde factoren binnen de openbare ruimte zijn relatief van groot belang. Uit de theorie blijkt overwegend dat straten dienen, of zouden moeten dienen, om fietsen en wandelen als modaliteit te bevorderen en te veraangemen. In veel steden is echter de auto nog een belangrijk vervoersmiddel om afstanden te overbruggen wat grote invloed heeft op (winkelend) publiek op de straat.

De bebouwing die de openbare ruimte van een (aanloop)straat flankiert is theoretisch gezien niet onderdeel van de openbare ruimte, maar heeft wel een directe invloed op de beleving ervan. De kwaliteit van vastgoed is dus in hoge mate van invloed op de beleving van een straat in zijn algemeen. De vorm, het materiaalgebruik en het kleurgebruik van gevels zijn van grote invloed op de winkelervaring. Ook het karakter van een pand, of het historische of andere unieke karaktereigenschappen heeft die het onderscheid van zijn nabijgelegen panden, is van belang.

Een eenduidige strategie is ondenkbaar te ontwikkelen voor de transformatie van winkels naar wonen. De complexiteit van de situatie wordt gekenmerkt door verschillende betrokken actoren, verschil in uitgangssituatie, verschil in urgentie en verschil in gemeentelijk beleid.

Globaal in Nederland is transformatie van aanloopstraten aangekaart door het opstellen van de Retaildeal, geïnitieerd door het Ministerie van Binnenlandse Zaken. Reeds hebben 152 gemeenten zich aangesloten, en aangegeven actief te werken aan leefbare en vitale winkelcentra.

In beide casestudies hebben de gemeente, overigens beide aangesloten bij de Retaildeal, als aanjager gefungeerd bij het opstarten van transformatiebeleid. In 2015 en 2016 hebben de gemeenten Bergen op Zoom en Oldenzaal zoveel mogelijk ondernemers en vastgoedeigenaren bij elkaar gezet, om gezamenlijk tot oplossingen te komen voor de leegstand.

Een (lokale) overheid wordt steeds meer gezien, naast opsteller en uitvoerder van gemeentelijk beleid, als aanjager en faciliteerder van ontwikkelingen die op het bordje liggen van ondernemers en vastgoedeigenaren. Het benutten van de reeds aanwezige intelligentie, samenwerkingskracht en oplossingsgerichte mentaliteit is tekenend voor samenwerkingsverbanden tussen ondernemers en vastgoedeigenaren. Deze dient wel op de juiste manier getriggerd te worden.

Uit de interviews is een beeld ontstaan waarin duidelijk wordt dat de (fysieke inrichting van de) openbare ruimte een relatief beperkte invloed heeft op de realisatie van een bredere functiemix in de aanloopstraat.

Het is interessanter om direct door te gaan met welke factoren die van invloed zijn op de transformatie, als meest urgent beschouwd worden door de respondenten. Twee thema's komen herhaaldelijk ter sprake: parkeerbeleid en de rol van de auto in de straat, en de kwaliteit van vastgoed, met name die van de gevel.

Uit de interviews blijkt dat door de het stimuleren van een bredere functiemix, de rol van de auto heroverwogen wordt. In het geval van Oldenzaal, is de auto, in tegenstelling tot eerdere behoeftes en plannen, (weer) verbannen uit de aanloopstraat, zodat de winkelstraat haar karakter behoudt en niet het parkeerbeeld krijgt van een woonstraat. In Bergen op Zoom is de auto nog overduidelijk onderdeel van het straatbeeld. Parkeren wordt echter ontmoedigd door paaltjes langs de weg, en hardrijden vanwege de geplande aanleg van drempels. Zo wordt getracht een veilige omgeving te creëren, passend bij een veranderen functie van de straat.

Factoren niet gerelateerd aan de openbare ruimte of fysieke inrichting van de straat, zijn door de respondenten herhaaldelijk benoemd.

Het totaalconcept van de stad dient geherdefinieerd te worden, blijkt uit gesprekken met de interviews. Het op de markt zetten van de lokale identiteit door historische verwijzingen en andere promotionele acties door middel van evenementen en fysiek promotiemateriaal specifiek voor de straat of binnenstad, dienen verder verstevigd te worden.

Van grote invloed op de transformatie van aanloopstraten, en op het proces om tot een functionerende brede functie mix te komen, zijn conflicterende belangen tussen verschillende betrokken actoren. Waar in een hoofdwinkelstraat of een normale woonstraat, de hoofdfunctie van de straat overduidelijk is, namelijk winkelen c.q. wonen, is een aanloopstraat geen van beide. Het is namelijk een mix, waarin zich dus ook verschillende belangen schuilhouden van verschillende gebruikers.

In het resultaten hoofdstuk zijn verschillende conflictsituaties voorbij gekomen, waarbij een steeds wisselende samenstelling van actoren tegenover elkaar en/of naast elkaar stonden: bewoners versus ondernemers, vastgoedeigenaar & gemeente versus bewoner/ondernemer en bewoner versus. Ook het belang van huurders en eigenaren van vastgoed speelt mee. Het einddoel van transformaties dient echter ieder belang: het herstellen van de levendigheid en aantrekkelijkheid van aanloopstraten die geteisterd worden door leegstand, verloedering en een afbrekend imago.

De gemeente zou zich moeten richten op een faciliterende rol waarbij handhaving van het beleid (bijvoorbeeld omtrent kwaliteitseisen en parkeren) als sleutelthema's worden genoemd. Het initiëren van activiteiten ter verbinding van betrokken actoren bij leegstandbestrijding wordt als prettig ervaren, en een binnenstadsmanager of ondernemersvereniging dienen verder professioneel uitgebouwd en geëxploiteerd te worden. Bij eventuele subsidieverstrekking dient de gemeente goed in de gaten te houden wáár (aanloopstraten versterken door het aantrekken van ondernemers uit perifeer en solitair gelegen straten i.p.v. daar ondernemerschap blijven toestaan) en wanneer (is er niet nog toekomst voor detailhandel in de aanloopstraat?) transformatie aan te moedigen.

Aanbevelingen

In een sterk kwalitatief uitgevoerd onderzoek, zoals dit onderzoeksrapport, is het mogelijk uitgebreid aanbevelingen te kunnen doen richting allerlei betrokken betrokkenen.

Deze aanbevelingen gelden voor alle betrokkenen bij de transformatie van aanloopstraten, en specifiek voor de onderzocht Deurningerstraat en (Korte) Bosstraat. De ene aanbeveling of maatregel past meer in het straatje van een gemeente of binnenstadsmanager, de andere kan geadopteerd worden door bewoners of ondernemers. Deze aanbevelingen kunnen overwogen worden zowel op de korte- als lange termijn, afhankelijk van het toekomstige functioneren van beide straten.

Jane Jacobs verkondigde het al begin jaren '60: functiemenging als voorwaarde voor een leefbare buurt. Sinds die tijd, is het begrip functiemenging nooit uit de gratie geraakt, en in de huidige tijd meer dan ooit beklonken als de heilige graal voor stadsontwikkeling.

Functiescheiding daarentegen, blijkt bijvoorbeeld vanuit het perspectief van ondernemers nog steeds een heilig doel, en begrijpelijk: de concentratie van winkels naast elkaar is het ideaalbeeld voor een goed functionerende winkelstraat waar elkaars nabijheid, gebundelde passantenstromen en goed functionerende bronpunten omzet genereren.

De realiteit is echter, dat de consument niet meer tevreden is met een monotoon winkelbeeld waar zonder toegevoegde waarde voor de consument dagelijkse producten en diensten verkocht worden. Deze zullen in toenemende mate online aangeschaft worden, dan wel in het nabij gelegen buurtwinkelcentrum.

De aanloopstraat moet een inclusief en compleet aanbod bieden waar de moderne behoeftes van een veeleisende consument bevredigd worden. De mogelijkheid tot wonen, leven (niét hetzelfde als wonen), werken, winkelen, ontspannen, ontmoeten, consumeren, inspireren en ervaren moeten naadloos in elkaar overlopen. Deze combinatie zorgt voor synergie in het straatbeeld waar uiteindelijk ook de winkelier profijt van ondervindt.

Dus, durf als aanloopstraat te experimenteren met functiemenging in de winkelstraat, sta het toe, een legio aan voorbeelden in Nederland en de wereld zijn te vinden waar het is toegepast. De economische crisis is achter de rug, bestedingen lopen op en de fysieke winkel blijft een grote rol spelen in het aankoopproces van producten en diensten. De rol verandert echter: van eindeloos ondoordacht consumeren naar een meer bewuste vorm van aankopen doen met oog voor kwaliteit, (gedeeld) gebruik en omgeving. De activiteit rondom het aankoopproces is vaak belangrijker dan het daadwerkelijk aankopen en het bezit ervan.

Zorg er als winkel voor, in samenwerking met je collega ondernemers, dat je uniek bent in je aanbod richting de consument toe. Denk verder dan je winkel door promotie, evenementen en visuele trekkers, de omgeving van je winkel is in toenemende mate van belang om consumenten aan te trekken.

Terug naar een verleden waarin de aanloopstraat volledig gevuld was met zelfstandige familieondernemingen waarbij het product of de dienst centraal staat, is voorbij. Beleving, personalisatie, duurzaamheid en *blurring* zijn zomaar wat concepten die de toekomst van de detailhandel zullen gaan kenmerken. Speel in op ontwikkelingen zoals de deel- en circulaire economie.

Tot slot, wijs niet naar de gemeente, de consument, de vastgoedeigenaar of de bewoner als grootste vijand of spelbreker.

Voor lokale overheden geldt: probeer je te beperken tot het faciliteren en onderhouden van de basistaken: handhaving, onderhoud van openbare ruimtes, het voorzien in voorzieningen (parkeren voor fiets en auto), zorg voor een schone en veilige binnenstad waar experimenteren is toegestaan. En, help waar het kan de ondernemer met een duwtje in de rug. Een luisterend oor, een goedbedoeld advies of een gezamenlijke activiteit is vaak net zo waardevol als een financiële tegemoetkoming.

Indien een gemeente het besluit heeft genomen om transformaties van winkels tot woningen tot beleid te bestempelen, is het zinvol om de historie van de straat in ogenschouw te nemen. Veel aanloopstraten zijn in verschillende periodes in de geschiedenis een woonstraat geweest, maar kennen ook een rijke detailhandelsgeschiedenis. Door bijvoorbeeld historische foto's te nemen (zie <http://fotos.serc.nl/overijssel/oldenzaal/>) kan een biografie worden ontwikkeld, waarin de ontwikkelingsgeschiedenis van de aanloopstraat geanalyseerd kan worden, en interessante objecten, karakteristieke structuren en bijzonder plekken uitgelicht. Dit biedt mogelijke aanknopingspunten voor de doorontwikkeling van de straat en helpt met het leggen van accenten in prioritering. Zo is te zien op een foto dat de straat rond 1926 voornamelijk de functie wonen had, terwijl in 1958 de verhouding winkelwoning meer gelijk lijkt te zijn.

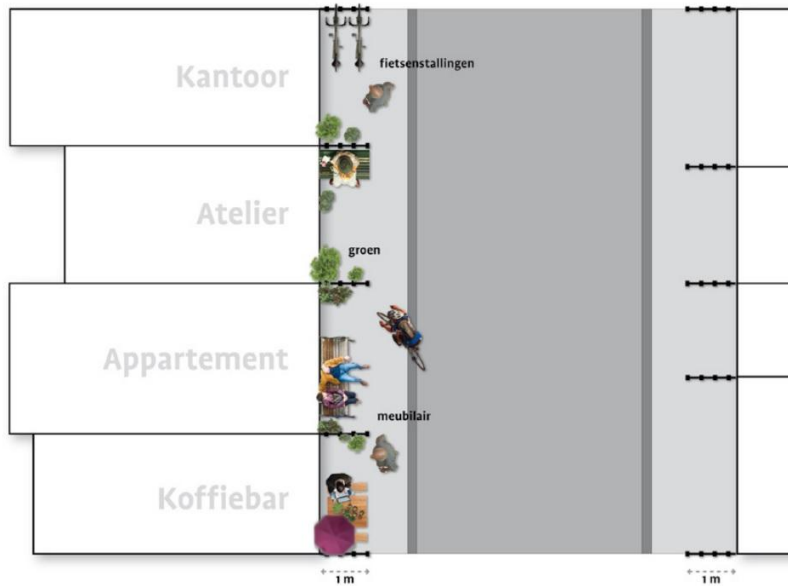
Het wiel dient niet totaal opnieuw uitgevonden te worden, in een historische stad als Oldenzaal en Bergen op Zoom kan handig gebruik worden gemaakt van de onschatbare waarde die een lokale geschiedenis kan hebben op de uitstraling en aantrekkelijkheid van een aanloopstraat.

Vanuit deze historische benadering waarin cultureel erfgoed centraal staat, kan een praktische aanbeveling opgesteld worden omtrent het aanpassen van de fysieke inrichting van de straat, aansluitend aan de gevels van winkels en woningen.

Uit de casestudies is gebleken dat, voornamelijk in de Deurningerstraat, een gesloten façade die een woning kan uitstralen bij het vooraanzicht, een doorn in het oog is voor betrokkenen, met name omliggende ondernemers. Een gesloten façade, zichtbaar door gesloten gordijnen of raamwering, straalt enerzijds privacy uit, een vereiste voor veel bewoners van het pand, wat hen volkomen in het recht staat. Anderzijds, zorgt het voor een onderbreking in een poging een aantrekkelijke winkelstrip te behouden.

Een mogelijke oplossing die tot op heden niet zichtbaar is in de straat, is het combineren van privacy door gebruik van publieke attributen. Het praktijkvoorbeeld zoals aangehaald in het theoretisch kader betreffende de Steenstraat in Sittard, geeft aan dat een combinatie positief kan uitvallen (zie afbeelding 5). Het toevoegen van hekjes, met daartussen of aan vast groenvoorzieningen, fietsen, meubilair of andere attributen zorgt voor een speelse afscheiding tussen privaat en publiek, die tevens kan leiden tot interactie tussen gebruikers. Deze ingrepen zijn relatief eenvoudig te realiseren met beperkte kapitale middelen, met tegelijkertijd een grote invloed op het straatbeeld en het functioneren van de straat. Bij ontevredenheid, zijn deze ook eenvoudigweg te demonteren en op te bergen.

Afbeelding 5: impressie aankleding en invulling van een aanloopstraat naar het voorbeeld van Sittard, de Steenstraat.



Bron: DTNP (2017).

De Deurningerstraat leent zich het beste voor de toepassing van de aanpassing van de gevelzone, waarbij historische referenties hersteld kunnen worden .

Voordeel is dat de Deurningerstraat in de nabije toekomst autoluw blijft. De straat kent een bescheiden scheiding tussen het voetgangersgedeelte en de middenstrook, zoals in het voorbeeld ook zichtbaar. Een deel van het voetgangersgedeelte kan gebruikt worden voor meubilair, groenvoorzieningen en fietsenstallingen, behorend bij en afgestemd aan de functie van het pand.

Kansen in de Deurningerstraat die tot op heden onderbenut zijn, kunnen bijvoorbeeld gevonden worden in verduurzaming en vergroening van de straat. Zoals het project 'de groene winkelstraat' van BZO (2010), waarin via praktijkvoorbeelden aangedragen wordt hoe winkelstraten in de toekomst duurzaamheid kunnen toepassen in de openbare ruimte, en welke economische en sociale effecten dit heeft. Het realiseert zich daarbij dat winkelstraten kunnen verkleuren, waarbij nieuwe functies zoals cultuur, ouderenvoorzieningen, wonen e.d. complementair zijn aan bestaande winkels. Lokale duurzaamheidsprojecten zorgen voor meer sociale cohesie, betrokkenheid en wederzijds begrip in de wijk, een uitdaging die gemengde winkel- en woonstraten regelmatig tegenkomen vanwege botsende belangen. Zo'n gedeeld belang (namelijk verduurzaming en vergroening) kan als overbrugging optreden richting andere thema's zoals overlast, parkeren en vastgoedkwaliteit.

De landelijke actie 'Steenbreek', met de bekende slogan "tegel eruit, plant erin!" zou als inspiratiebron kunnen dienen. Uit Alphen a/d Rijn komen enthousiaste berichten over een winkelstraat waar de operatie geslaagd is: meer gezelligheid en een betere waterberging en biodiversiteit.

Beide gemeenten hebben dus in het verleden laten zien om over instrumenten te beschikken die herhaaldelijk ingezet kunnen worden om bij gelijksoortige vraagstukken tot onmiddellijke activatie te komen. Voorbeelden zijn de succesvolle informele inspiratieavonden, waarbij onder meer externe partijen handreikingen bieden qua aanpak en uitkomst.

Een doeltreffend middel om daadwerkelijk tot transformatie over te gaan of verbetering van de gevel, blijkt het aanbieden van een kleine subsidie, die als 'lokkertje' ingezet kan worden. Qua samenwerking betreft tussen de verschillende actoren, en dan met name tussen gemeente en ondernemers, geeft het voorbeeld omtrent parkeren in de aanloopstraat, moed voor de toekomst. In duidelijk overleg met de ondernemers heeft de gemeente in feite de keuze over gelaten aan de stem van de ondernemers om wel of geen auto's toe te laten in de straat, buiten laden en lossen om. Deze flexibele houding, ook richting de toekomst toe om aanpassingen door te voeren indien dit nodig wordt geacht, wordt door alle betrokkenen als aangenaam ervaren.

Een advies richting de gemeente om afgesproken beleid, bijvoorbeeld ten aanzien van parkeren, laad- en lostijden en andere verkeersovertredingen, na te komen door gerichte handhaving toe te passen. In zowel Bergen op Zoom als in Oldenzaal kwam de veiligheid regelmatig in het geding doordat handhaving van bijvoorbeeld verkeers- en laad-en-los regels niet nagekomen waren. Het gevoel oneerlijk behandeld te worden door overheidsinstanties kan de kritische houding tussen gemeente en bewoner/ondernemer verder op scherp zetten.

Het klinkt wellicht wat vreemd in de oren tot slot, een 'diploma met spelregels' waaraan de nieuwe bewoner of ondernemer zich dient te houden. Een letterlijke uitvoering hiervan is niet haalbaar en wenselijk, maar het idee erachter, geopperd door de heer van Poppelen, is niet verkeerd. Het dagelijkse leven in een aanloopstraat is radicaal anders dan wonen in een Vinex-wijk of bloemkoolwijk. Wonen en ondernemen in een aanloopstraat kent naast veel voordelen, ook nadelen. Door je als huishouden te conformeren aan de informele spelregels, erken je te zullen nemen en geven. Niet alleen de lusten van binnenstedelijk leven horen daarbij, ook de lasten. Nieuwkomers zijn zich vaak niet goed bewust van de dynamiek in aanloopstraten en welke gevolgen dit heeft op de huishoudenssituatie. Men hier actief bewust van maken bij de introductie van de woning of winkel kan zeker geen kwaad!

Hoofdstuk 7: Discussie

Het accent van dit onderzoek ligt in de relatie tussen de transformatie van vastgoed in aanloopstraten in Nederlandse middelgrote steden enerzijds en de openbare ruimte en de fysieke inrichting ervan anderzijds. Hoe groot is de invloed van aanpassingen in de openbare ruimte c.q. fysieke inrichting op het 'succesvolle' transformatieproces?

Alhoewel deze vraag niet eenvoudig te beantwoorden is vanwege de duizend-en-één reden waarom een transformatie van een aanloopstraat dan wel niet succesvol verloopt, is toch getracht de belangrijkste facetten van de openbare ruimte en fysieke inrichting van de straat en haar vastgoed te analyseren. Tevens is geambieerd na te gaan in hoeverre dit van invloed is geweest en zal zijn qua transformatie van winkels in aanloopstraten.

Het eindresultaat laat zien dat ook onderdelen die niet direct vallen onder de noemer 'openbare ruimte' meegenomen zijn, zoals de gevel(kwaliteit), parkeren, lokaal ondernemerschap en verbondenheid en de rol van de gemeente. Na de uitwerking en analyse van de interviews is echter gebleken dat deze niet-openbare ruimte gerelateerde facetten van grote invloed zijn op het transformatieproces. Zo is een breed beeld geschetst dat zich niet laat beperken door het startpunt 'de openbare ruimte'.

De keuze voor de openbare ruimte is achteraf gezien wellicht arbitrair geweest en mede gebaseerd op persoonlijke interesse, niet per definitie gebouwd op wetenschappelijke of maatschappelijke inzichten of relevantie. Herhaalonderzoek zou zich dan ook meer moeten richten op organisatorische, beleidsmatige en politieke overwegingen, belangen en conflicten om het transformatieproces van aanloopstraten te doorgronden. Immers, de openbare ruimte blijkt in de praktijk een (grote) bijrol te spelen.

De complexiteit van dit onderzoek ligt voornamelijk in de diversiteit aan winkelcentra en aanloopstraten enerzijds, en de moeilijke opgave die inherent verbonden is aan het transformeren van aanloopstraten. Hoe betrokken actoren reageren op marktontwikkelingen is zeer verschillend tussen en binnen verschillende contexten. Een 'one-size-fits-all' concept voor aanloopstraten om zich te bewapenen tegen nieuwe ontwikkelingen en bedreigingen in de ongewisse toekomst van de detailhandel is dan ook ondenkbaar.

Een scriptie-onderzoek behelst een beperkte tijd waardoor er een forse discrepantie aanwezig met de lange adem die een transformatieproces vergt. Een proces waarbij de belangen voor ondernemers, vastgoedeigenaren, omwonenden, bewoners en gemeente groot zijn, evenals de risico's die zij (kunnen) lopen. Dit onderzoek is in feite een momentopname, waarbij de interviews en observaties uitgevoerd zijn in de maanden juni en juli 2018. Het feit dat het om een momentopname gaat, is logischerwijs tevens een zwaktepunt. Interviews zijn gehouden met een beperkt aantal actoren op één meetmoment in of na de transformatie van de straat. Positieve of negatieve effecten die kunnen optreden na de transformatie van winkels

Een langlopend onderzoek, startend vanaf het moment waarop transformatie van winkelvastgoed geopperd wordt, tot ver na de daadwerkelijke transformatie, heeft dan ook de voorkeur. Een grote onderzoeksgroep van een tiental of meer straten en vele tientallen betrokken actoren zou enige mate van representativiteit opleveren inclusief geldige uitspraken over de invloed van fysieke factoren van de openbare ruimte op de transformatie

van aanloopstraten tot een bredere functiemix. Dit zal zowel de interne als externe validiteit aanzienlijk verhogen.

Een langlopend uitgebreid onderzoek kan tevens helderheid scheppen in de oorzaak-gevolg relatie, die van belang is bij onderzoek zoals hier uitgevoerd. Transformaties zijn het gevolg van bepaalde ontwikkelingen, bijvoorbeeld op de huizenmarkt en in het winkellandschap.

Dit onderzoek heeft zich, wellicht meer dan van te voren gedacht, ontwikkeld tot een onderzoek waarin niet alleen het transformatieproces van winkel naar woning is beschreven en welke factoren hier invloed op hebben. Ook de processen of tactieken die zich afspelen om het proces van transformatie tegen te houden, zijn aan bod gekomen. Bijvoorbeeld de gedachte om het concept van de gehele binnenstad aan te pakken is geïnitieerd in beginsel om de binnenstad opnieuw aantrekkelijk te maken als winkelgebied, ook de aanloopstraten. Meer duidelijkheid verschaffen omtrent welke ingreep of factor de situatie van een winkelstraat wilt herstellen, of daadwerkelijk tot transformatie wilt overgaan.

Dit maakt het lastig strikt te onderscheiden welke factoren daadwerkelijk van invloed zijn op de transformatie, en in welke mate zij effect hebben, en welke factoren gericht zijn om het transformatieproces voor te blijven.

Een transformatie blijft uiteindelijk een aaneenschakeling van individuele beslissingen van verschillende actoren: een gemeente die een bestemmingsplan wijzigt en actief beleid inzet ter transformatie door het afgeven van subsidie, een ondernemer die zijn pand verlaat vanwege dalende inkomsten, een vastgoedbelegger die een pand opkoopt en laat verbouwen tot appartementen, en een inwoner die graag in de binnenstad woont.

Een van de actorengroepen die in dit onderzoek een belangrijke rol speelt zijn de bewoners van aanloopstraten. Het gegeven dat de bewoners vaak huurders zijn van de woning, vaak een studio of appartement, heeft gezorgd voor het feit dat deze personen relatief moeilijk te bereiken waren om hen te overtuigen deel te nemen aan dit onderzoek. Dit dilemma bleek ook te spelen bij Krystle Hemken, binnenstadsmanager Oldenzaal. Ondanks herhaalde verzoeken bij bewoners van de Deurningerstraat, heeft ze nog geen constructieve gesprekken weten te voeren met inwoners van de straat om hen te betrekken bij recente ontwikkelingen.

Voor vervolgonderzoek naar aanloopstraten zal het van groot belang zijn deze individuen of huishoudens in kaart te brengen en aan het woord te laten komen, op gelijke voet met ondernemers en vastgoedeigenaren. Ondanks hun tijdelijke bewoning, vaak slechts enkele maanden of jaren, is hun gedrag in de straat van grote invloed op de beleving van de straat in zijn geheel door het gehele spectrum van betrokkenen. Gesloten gordijnen zijn bijvoorbeeld een doorn in het oog van ondernemers omdat dit de aantrekkelijkheid van de straat in zijn geheel vermindert. Gesprekken tijdens de visie- en beleidsvormende rondes tussen bewoners en overige betrokken kunnen zorgen voor inzichten waarom bepaalde activiteiten gewenst of ongewenst zijn, en irritaties kunnen zoveel mogelijk voorkomen worden of anders in goed overleg opgelost worden.

Een herhaalonderzoek zou in dit geval van grote waarde zijn. In beide straten zijn de transformaties van winkels nog niet 100% afgerond, in het geval van de (Korte) Bosstraat zelfs nog volop gaande.

Dit betekent dat, ondanks het grondig navraag doen van de meest recente ontwikkelingen op het gebied van functieverandering op pandniveau, het mogelijk is, en zelfs in lijn der verwachting ligt, dat gegevens relatief snel verouderd zullen zijn. Deze dynamiek qua functies die een straat en haar vastgoedpanden herbergt, is tekenend voor de positie die de aanloopstraat binnen het Nederlandse retaillandschap inneemt.

Literatuurlijst:

- Agterhoek, Joost (2016). EFMI: online foodretail in 2025 onder 10 procent. Verkregen van: <http://www.levensmiddelenkrant.nl/nieuws/handel/efmi-online-foodretail-in-2025-onder-10-procent> . Geraadpleegd: 6-8-2018.
- Antéblian, Blandine, Filser, Marc & Roederer, Claire (2014). Consumption experience in retail environments : A literature review. *Recherche et Applications en Marketing*, 28(3), 82-83.
- ARD (2017). Feest der leegstand. https://www.sdam.nl/bestanden/Uitagenda%20-%20Evenementen/Feest%20der%20Leegstand_11nov%20Schiedam.pdf. Geraadpleegd: 17-4-2018.
- Baaré, Dionne (2014). Transformatie, woonoplossingen in leegstaand vastgoed: Transformatie wordt steeds makkelijker. Den Haag: Rijksdienst voor Ondernemend Nederland.
- Barlow, Constance A. (2010). Interviews. In: Mills, Albert J., Durepos, Gabrielle & Wiebe, Elden (Eds.), *Encyclopedia of Case Study Research*. Thousand Oaks: SAGE.
- Beek, Herbert ter (2015). De binnenstad als buitenkans: Profileren, concentreren en organiseren. Quickscan G32-gemeenten. Amersfoort: Bureau Economische Argumentatie.
- Benak, Margriet (2018). Assen steekt vijf miljoen in vernieuwing binnenstad. <http://www.rtdvrenthe.nl/nieuws/130949/Assen-steekt-vijf-miljoen-in-vernieuwing-binnenstad>. Geraadpleegd: 20-3-2018.
- Bendikat, Elfi (2002). The Public Urban Space in the Modern Age: Technical Functionality and Regulation. *German Journal of Urban Studies*
- Benus, Jasper (2015). Minister Kamp pleit voor aanpak van leegstaande winkelpanden. Verkregen van: <http://www.verbewinkeling.nl/minister-kamp-pleit-voor-aanpak-van-leegstaande-winkelpanden/>. Geraadpleegd: 7-8-2018.
- Binnenlands Bestuur (2013). Kleurrijke en dynamische verlichting nodigt uit in Veghels winkelcentrum. Verkregen van: <https://www.binnenlandsbestuur.nl/ruimte-en-milieu/kennispartners/signify/kleurrijke-en-dynamische-verlichting-nodigt-uit.9150770.lynkx>. Geraadpleegd: 9-8-2018.
- Binnenstadsmanagement (2011). Themadossier Effectieve maatregelen in aanloopstraten. Boxtel: Platform Binnenstadsmanagement.
- Blommensteijn, Wanda & Van Aarle, Stefan (2014). Hoofdstuk 6 Instrumenten. In: Raatgever, Arjan (Eds.), *Winkelgebied van de toekomst. Bouwstenen voor publiek-private samenwerking*. Den Haag: Platform 31.
- Boer, Jaco (2015). De biografie van een winkelstraat. *Tijdschrift van de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed*, 2, 30-31.
- Borgerink, Rutger (2017). Oldenzaals winkelcentrum De Driehoek in andere handen. Verkregen van: <https://www.tubantia.nl/oldenzaal/oldenzaals-winkelcentrum-de-driehoek-in-andere-handen~a5cb6257/>. Geraadpleegd: 30-7-2018.
- Buitelaar, Edwin, Segeren, Arno & Kronberger, Pia (2008). Stedelijke transformaties en grondeigendom. Rotterdam: NAI Uitgevers.
- Burton, Elizabeth (2000). The Compact City: Just or Just Compact? A Preliminary Analysis. *Urban Studies*, 37(11), 1969.

- BZO (2010). Duurzame winkelstraat: al veel steun, nog weinig middelen. Verkregen van:
<https://www.assaabloyentrance.nl/Besam/BesamNL/News/Besam%20draagt%20bij%20aan%20duurzame%20winkelstraat.pdf>. Geraadpleegd: 11-8-2018.
- Camu, Kimberly (2018). Aantal deelnemende gemeenten Retaildeals stijgt naar 152. <https://vastgoedjournaal.nl/news/34847/aantal-deelnemende-gemeenten-retaildeals-stijgt-naar-152>. Geraadpleegd: 1-5-2018.
- Canon van Oldenzaal (jaartal onbekend). Opblazen fabriekspijp Molkenboer. Cultuurhistorische kaalslag: Tijd van televisie en computers. Verkregen van: <https://www.entoen.nu/nl/overijssel/twente/oldenzaal/fabriekspijp-molkenboer>. Geraadpleegd: 29-6-2018.
- Carmona, Matthew, Gabrieli, Tommaso, Hickman, Robin, Laopoulou, Terpsi & Livingstone, Nicola (2017). Street appeal: The value of street improvements. *Progress in Planning*
- Carr, Stephen, Francis, Mark, Rivlin, Leanne G. & Stone, Andrew M. (1992). Public Space. Cambridge: Cambridge University Press.
- CBS (2018). Bevolkingsontwikkeling; regio per maand. <http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=37230ned&D1=0-2,4-5,7-8,13-17&D2=396&D3=0,39,104,117,130,143,156,169,182,195,208&HDR=G2&STB=G1,T&VW=T>. Geraadpleegd: 28-5-2018.
- CBS (2006). In 2025 meer alleenstaanden buiten de grote stad. Verkregen van: <https://www.cbs.nl/-/media/imported/documents/.../pb06n811.pdf>. Geraadpleegd: 8-8-2018.
- CBS (2018). Detailhandel; omzetontwikkeling, index 2010=100. Den Haag/Heerlen: CBS. Geraadpleegd: 19-3-2018.
- CBS (2018). Detailhandel; omzetontwikkeling internetverkopen, index 2013=100. Den Haag/Heerlen: CBS.
- Coupland, Andy (2004). An Introduction to Mixed Use Development. In: Coupland, Andy (Red.), *Reclaiming the City: Mixed use development*. London: E&FN Spon.
- Damhuis, Erwin (2016). Requiem voor een winkelcentrum. Verkregen van: <https://www.deondernemer.nl/weblogs/item/requiem-voor-een-winkelcentrum/>. Geraadpleegd: 29-7-2018.
- De Architect (2013). Consument van de toekomst verwacht 'winkelbeleving'. Verkregen van: https://www.dearchitect.nl/business/nieuws/2013/12/consument-van-de-toekomst-verwacht-winkelbeleving-101118739?vakmedianet-approve-cookies=1&_ga=2.216930134.1556525509.1530866396-1961385557.1530087577. Geraadpleegd: 6-7-2018.
- De Ondernemer (2016). Consumenten herontdekken de winkel. Verkregen van: <https://www.deondernemer.nl/weblogs/item/consumenten-herontdekken-de-winkel/>. Geraadpleegd: 25-7-2018.
- DeNora, Tia & Belcher, Sophie (2000). 'When you're trying something on you picture yourself in a place where they are playing this kind of music' – musically sponsored agency in the British clothing retail sector. *The Sociological Review*, 48(1), 82.
- Detailhandel.info (2018). Branches. <http://detailhandel.info/index.cfm/branches/>. Geraadpleegd: 19-3-2018.

- DNB Public (2017). De woningmarkt in de grote steden. *Occasional Studies*, 15(1), pp. 13-14.
- Donkers, Maarten & de Waal, Leontien (jaartal onbekend). Transformatie nieuwe norm in vastgoed. Verkregen van: <https://www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/vastgoed/successen-van-transformatie-in-de-vastgoedsector/>. Geraadpleegd: 25-7-2018.
- Dover, Victor & Massengale, John (2014). *Street Design, The Secret to Great Cities and Towns*. Hoboken: Wiley.
- DTNP (2015). *Dynamiek door beleid: Hoe de overheid de winkelstructuur vitaal houdt*. Nijmegen: DTNP.
- DTNP (2017). *De kracht van diversiteit: Ambities, kansen, maatregelen en spelregels voor de ontwikkeling van de Steenweg-west/Stationsstraat in Sittard*. Nijmegen: DTNP.
- Duinen, Lianne van, Rijken, Bart & Buitelaar, Edwin (2016). *Transformatiepotentie: woningbouwmogelijkheden in de bestaande stad*. Den Haag: PBL.
- Dusseldorp, Suzanne van (2015). 3.2 Aanpak aanloopstraten: vallen, opstaan en een 'pietsie geluk'. IN: Dusseldorp, Suzanne van & Raatgever, Arjan (Eds.), *Experiment Aangename aanloopstraten: Tussenrapportage*. Den Haag: Platform31.
- Dynamis (2017). *Sprekende Cijfer Winkelmarkten*. Utrecht: Dynamis.
- Ester, P., Evers, G., Fouarge, D, Kerkhofs, M., Román, A. & Wilthagen, T. (2008). *Regionale arbeidsmarktmobiliteit in Nederland en Europa*. Tilburg: Organisatie voor Strategisch Arbeidsmarktonderzoek.
- Findlay, Anne & Sparks, Leigh (2012). Far from the 'Magic of the Mall': Retail (Change) in 'Other Places'. *Scottish Geographical Journal*, 128(1).
- Galema, Wijnand & Van Hoogstraten, Dorine (2005). *Winkelcentra. Categorieaal onderzoek wederopbouw 1940-1965*. Zeist: Rijksdienst voor de Monumentenzorg.
- Gemeente Bergen op Zoom (2008). *Bijlage 1: Historie*. Bergen op Zoom: Gemeente Bergen op Zoom.
- Gemeente Oldenzaal (jaartal onbekend). *In den Vijfhoek*. Verkregen van: <https://www.oldenzaal.nl/indenvijfhoek>. Geraadpleegd: 30-7-2018.
- Gemeente Bergen op Zoom (2016). *Beleid leegstaande niet-woonfuncties in de Binnenstad*. Bergen op Zoom: Gemeente Bergen op Zoom.
- Gemeente Oldenzaal (2015). *Duurzaam Oldenzaal. Toekomstvisie 2025*. Oldenzaal: Gemeente Oldenzaal.
- Gemeente Oldenzaal (2018). *Parkeren*. Verkregen van: <https://www.oldenzaal.nl/parkeren>. Geraadpleegd: 10-8-2018.
- Gemeente Roosendaal (2015). *Actualisering detailhandelsbeleid Roosendaal 2015*. Roosendaal: Gemeente Roosendaal.
- Giezen, Maarten van (2013). *De transformatie van leegstand vastgoed naar woonruimte voor studenten en jongeren*. Den Haag: Platform 31.
- Grant, Benjamin (2014). Designing at Ground Level. An emphasis on human scale – and on creating a great ground floor – are essential to good urbanism. *The Urbanist*, 534.
- Grant, Jill & Perrott, Katherine (2011). Where Is the Café? The Challenge of Making Retail Uses Viable in Mixed-use Suburban Developments. *Urban Studies*, 48(1), 178.

- Hamnett, Chris & Whitelegg, Drew (2007). Loft conversion and gentrification in London: from industrial to postindustrial land use. *Environment and Planning A*, 39, 107-123.
- Harmsen, Hilde (2008). Waar gaat het heen? Trends ten aanzien van leegstand en herbestemming. In: Van der Waal, Gerhard Mark (red.), *De Oude Kaart van Nederland: Leegstand en Herbestemming*. Den Haag: Rijksadviseur voor het Cultureel Erfgoed.
- Hees, Marijke van (2017). Ruimtelijke interventies in winkelaanbod onvermijdelijk. Verkregen van: <https://www.stadszaken.nl/economie/retail/1275/interventies-in-winkelaanbod-onvermijdelijk>. Geraadpleegd: 30-7-2018.
- Hennink, Monique, Hutter, Inge & Bailey, Ajay (2011). *Qualitative Research Methods*. Londen: SAGE.
- Hubbard (2017). The 'Death' of the High Street. In: Hubbard, Phil (Eds.), *The Battle for the High Street, Retail Gentrification, Class and Disgust*. New York: Palgrave Macmillan.
- Huffelen, Tim van, Scheerder, Guido & Regt, Karin de (2017). Vitaliteitsbenchmark Centrumgebieden 2017. Zicht op de economische vitaliteit van de 100 grootste centrumgebieden. Deventer: Goudappel & Coffeng.
- ING (2018). Detailhandel op stoom. <https://www.ing.nl/zakelijk/kennis-over-de-economie/uw-sector/outlook-2018/detailhandel.html>. Geraadpleegd: 19-3-2018.
- Ingen, Henk van (2018). Parkeergarage Achter de Grote Markt in Bergen op Zoom deels afgesloten vanwege lekkages. Verkregen van: <https://www.bndestem.nl/bergen-op-zoom/parkeergarage-achter-de-grote-markt-in-bergen-op-zoom-deels-afgesloten-vanwege-lekkages~a3525776/>. Geraadpleegd: 10-8-2018.
- Janssen, I., Van den Berg, P. & Borgers, A. (2013). Belevingskenmerken van binnenstedelijke winkelgebieden. *Real Estate Research Quarterly*, 12(3), 29.
- Johnson, Amanda J. & Glover, Troy D. (2013). Understanding Urban Public Space in a Leisure Context. *Leisure Sciences*, 35(2013).
- Jones, Colin, Al-Shaheen, Quataiba & Dunse, Neil (2016). Anatomy of a successful high street shopping centre. *Journal of Urban Design*, 21(4).
- Kastele, Jan van de (2017). Noodkreet Bosstraat Bergen op Zoom: opknappen parkeergarage hard nodig. Verkregen van: <https://www.bndestem.nl/bergen-op-zoom/noodkreet-bosstraat-bergen-op-zoom-opknappen-parkeergarage-hard-nodig~ab0c8996/>. Geraadpleegd: 9-8-2018.
- KCH (2016). Onderzoeksrapport De Retail Transitie: retail anders wordt gewoon. Ede: Stichting KCH.
- Lang, Jon (2005), *Urban Design, A Typology of Procedures and Products*. Oxford: Architectural Press.
- Lazrak, Faroek & Rouwendaal, Jan (2013). Cultureel erfgoed en de waardeontwikkeling van vastgoed. In: Dommelen, Simon van & Pen, Cees-Jan (Eds.), *Cultureel erfgoed op waarde geschat: Economische waardering, verevening en erfgoedbeleid*. Den Haag: Platform 31.
- Lekkerkerker, Judith (2016). *Midsized NL, het toekomstperspectief van de middelgrote stad*. Utrecht/Den Haag: Ruimtevolk/Platform31.

- Linden, Evan van der (2011). *Groeiende leegstand vs. achterblijvende herontwikkeling. Een onderzoek naar institutionele belemmeringen en eventuele oplossingen voor herontwikkeling van leegstand kantorenvastgoed* (Master Thesis, Radboud Universiteit Nijmegen). Verkregen van: http://theses.ubn.ru.nl/bitstream/handle/123456789/3381/Linden%2C_Eva_van_der_1.pdf?sequence=1
- Lindenaar & Co (2018). *Wordt het afgeslankte retail landschap weer 'sexy'?* Utrecht: Lindenaar & Co.
- Liu, Feng & Maitlis, Sally (2010). Nonparticipant Observation. In: Mills, Albert J., Durepos, Gabrielle & Wiebe, Elden (Eds.), *Encyclopedia of Case Study Research*. Thousand Oaks: SAGE.
- Locatus (2017). Leegstand: wat verstaan we daar nu onder? <https://www.locatus.com/wp-content/uploads/2017/04/Leegstand-NL-wat-verstaan-we-eronder.doc.pdf>. Geraadpleegd: 10-4-2018.
- Loesje (2014). Posters. <https://www.loesje.nl/posters/?search=leegstand>. Geraadpleegd: 4-4-2018.
- Masnavi, Mohammad-Reza (2000). The New Millennium and the New Urban Paradigm: The Compact City in Practice. In: Burton, Elizabeth, Jenks, Mike & Williams, Katie (Eds.), *Achieving Sustainable Urban Form*. New York/London: Spon Press.
- McCann, Joy (2002). Living history: how shops show their age. In: McCann, Joy (Eds.), *A Lot in Store. Celebrating our shopping heritage*. Parramatta, Sydney: NSW Heritage Office.
- McKinsey & Company (2016). *Rewriting retail: a sector in acceleration towards 2025*. Amsterdam: McKinsey & Company.
- MDBS (2016). *Leren van aanloopstraten*. <http://www.mdb.nl/actueel/leren-van-aanloopstraten>. Geraadpleegd: 20-3-2018.
- Mehta, Vikas (2007). Lively Streets. Determining Environmental Characteristics to Support Social Behavior. *Journal of Planning Education and Research*, 27(2), 175-177.
- Meihuizen, H.Y. (2014). De beren in het bos van de transformatie (I). In: De Groot, Frank (Eds.), *Bouwregels in de praktijk: Over ontwikkeling, toepassing en handhaving van de bouwregelgeving*. Den Haag: BIM Media.
- Meijers, Evert (2007). *Synergy in Polycentric Urban Regions: Complementarity, Organizing and Critical Mass*. Amsterdam: IOS.
- Metz, Tracy (2016). De pro's en con's van de populaire stad. In: Costongs, Jacques, De Graaf, Kees, Kaersenhout, Melvin, Klapwijk, Jelle & Wijnen, Ger (Eds.), *Binnenstad op niveau, Uit de praktijk van wonen boven winkels*. Boxtel: Stichting Platform Binnenstadsmanagement.
- Mingardo, Giuliano (2015). Betaald parkeren afschaffen? Slecht idee! <https://www.eur.nl/en/upt/research/transport-economics/parking/nieuws-te>. Geraadpleegd: 27-6-2018.
- Ministerie van Infrastructuur en Milieu (2013). *Nominaties voor de Canon van de Ruimtelijke Ordening in Nederland*. Den Haag: Ministerie van Infrastructuur en Milieu.

- Möller, Nick (2016). Dit is afgesproken in de nieuwe RetailDeals. <https://retailtrends.nl/item/46287/-dit-is-afgesproken-in-de-nieuwe-retaildeals>. Geraadpleegd: 1-5-2018.
- Mostert, Freija, Grooten, Yvonne, Bosman, Maarten, Wowor, Remy, Rozendaal, Walter, Gelinck, Sander, Wilbers, Doreen, Beerens, Eric & Wiersma, Frenk (2011). Leegstand te lijf. Handvatten voor langetermijnstrategie. Den Haag: Vereniging van Nederlandse Gemeenten.
- Moughtin, Cliff (2003). Streets. In: Moughtin, Cliff (Eds.), *Urban Design: Street and Square*. Oxford: Architectural Press.
- Nasar, Jack L. (2016). Perception and Evaluation of Residential Street Scenes. In: Nasar, Jack L. & Preiser, Wolfgang F.E. (Eds.), *Directions in Person-Environment Research and Practice*. Abingdon: Routledge.
- Nase, Ilir, Berry, Jim & Adair, Alastair (2013). Hedonic modelling of high street retail properties: a quality design perspective. *Journal of Investment & Finance*, 31(2), 173-174.
- Noor, Khairul Baharein Mohd (2008). Case Study: A Strategic Research Methodology. *American Journal of Applied Sciences*, 5(11), 1603.
- Noordenne, M. van (2010). Maatschappelijke en individuele effecten van huren en kopen. Een inventarisatie van noties. Houten: Atrivé.
- NOS (2018a). Steeds meer gemeenten vernieuwen hun centrum. <https://nos.nl/artikel/2218150-steeds-meer-gemeenten-vernieuwen-hun-centrum.html>. Geraadpleegd: 20-3-2018.
- NOS (2018b). Gemeenten steeds creatiever in aanpak van winkelleegstand. <https://nos.nl/artikel/2223395-gemeenten-steeds-creatiever-in-aanpak-van-winkelleegstand.html>. Geraadpleegd: 20-3-2018.
- NRP Werkgroep Wet- en Regelgeving (2014). Ruimte voor flexibel herbestemmen. In: De Groot, Frank (Eds.), *Bouwregels in de praktijk: Over ontwikkeling, toepassing en handhaving van de bouwregelgeving*. Den Haag: BIM Media.
- NVM (2018). Koopwoningmarkt. <https://www.nvm.nl/marktinformatie/marktinformatie>. Geraadpleegd: 12-4-2018.
- Oevering, Frits (2015). Bakfietsen in de binnenstad? Themabericht. <https://economie.rabobank.com/publicaties/2015/november/bakfietsen-in-de-binnenstad/>. Geraadpleegd: 3-4-2018.
- OFED (2016). Trends en ontwikkelingen in de retailbranche. <https://www.ofed.nl/nieuws/nieuws/trends-en-ontwikkelingen-in-de-retailbranche>. Geraadpleegd: 16-7-2018.
- Oostvoorn, Sophie van (2017). Vastgoedfonds Unibail-Rodamco neemt Westfield over. Besturen van beide bedrijven zijn akkoord met het overnamebod van 24,7 miljard dollar. Verkregen van: <https://www.nrc.nl/nieuws/2017/12/12/vastgoedfonds-unibail-rodamco-neemt-westfield-over-a1584600>. Geraadpleegd: 30-7-2018.
- Ossokina, Ioulia, Svitak, Jan & Teulings, Coen (2017). Leegstand en transformatie van winkelveastgoed. *Real Estate Research Quarterly*, 16(1), pp. 12-20.
- Ossokina, Ioulia, Sviták, Jan, Teulings, Coen & Zwaneveld, Peter (2016). Winkelleegstand na de crisis. Den Haag: CPB.
- Ouwehand, Arjen & Haringsma, Johan (2016). Transitie van de Nederlandse winkelstructuur: Van waarde naar vitaliteit. Amsterdam: Colliers International Nederland.

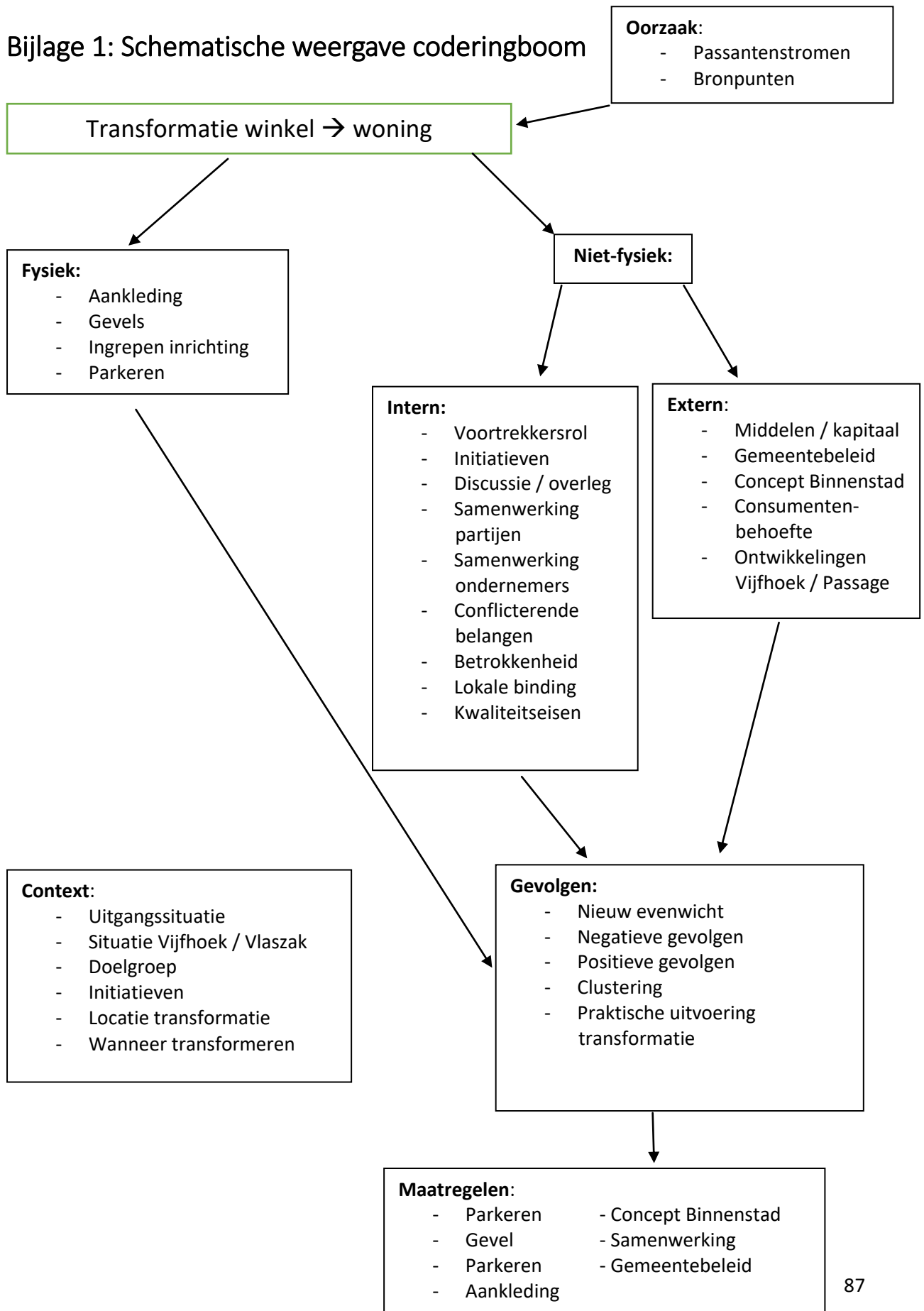
- Pacurar, Alexandra (2017). Investment Strategies: Real Estate gets Hyperlocal. Verkregen van: <https://www.multihousingnews.com/post/investment-strategies-real-estate-gets-hyperlocal/>. Geraadpleegd: 11-8-2018.
- Paelinck, Mieke (2017). Vastgoed & Leegstand. Kansen voor vernieuwing in de leegstandssector. In: Herreweghe, Sofie van, DeVreese, Ruth, Deneys, Else, Janssens, Dieter, Paelinck, Mieke & Stal, Cornelis (Eds.), *Bruisende Binnenstad, projectmatig wetenschappelijk onderzoek HoGent: activatie van aanloopstraten*. Gent: HoGent.
- Phi, Giang, Dredge, Dianne & Whitford, Michelle (2014). Understanding conflicting perspectives in event planning and management using Q method. *Tourism Management*, 40, 406.
- Platform Binnenstadsmanagement (2016). Binnenstad op niveau. Uit de praktijk van wonen boven winkels. Boxtel: Stichting Platform Binnenstadsmanagement.
- Prinssen, Jasmijn (2017). Het Grije Midden. *VG Visie*, 14, 83.
- Raas, Wendela, Elshof, Marc & Janssens, Niels (2017). Het veranderende retail landschap: De opkomst van nieuwe technologieën. *WR Tijdschrift voor Huurrecht*, 177.
- Rabobank (2018). Rabobank Retail Update Maart 2018. https://www.rabobank.nl/images/Rabobank-Retail-Update-maart-2018_29947390.pdf?ra_locationbar=yes. Geraadpleegd: 19-3-2018.
- RetailLink & URBACT (2017). Rethinking the city space to better host the new retail proposition. Parijs: URBACT.
- Richards, Greg (2017). From Place Branding to Placemaking: The role of events. *International Journal of Event and Festival Management*, 8(1), 3.
- Ridder, Henk den (2018). Over en uit voor de furniturewinkel van Lia en Wim van Poppelen. Verkregen van: <https://www.ad.nl/bergen-op-zoom/over-en-uit-voor-de-furniturewinkel-van-lia-en-wim-van-poppelen~a66d2904/>. Geraadpleegd: 30-7-2018.
- Rigby, Darrell (2011). The Future of Shopping: successful companies will engage customers through “omnichannel” retailing: a mashup of digital and physical experiences. *Harvard Business Review*, 89(12), 64-93.
- Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (2017). Samenwerking tussen vastgoedeigenaren en gemeenten. Visie ontwikkelen en kansen pakken. Den Haag: Rijksdienst voor Ondernemend Nederland.
- Rijt, Franka van der (2017a). Gemeente Bergen op Zoom aan tafel met ondernemers Bosstraat. Verkregen van: <https://www.ad.nl/bergen-op-zoom/gemeente-bergen-op-zoom-aan-tafel-met-ondernemers-bosstraat~aff54e2c/>. Geraadpleegd: 30-7-2018.
- Rijt, Franka van der (2017b). Bergen op Zoom is geen stad van funshoppers. Verkregen van: <https://www.bndestem.nl/bergen-op-zoom/bergen-op-zoom-is-geen-stad-van-funshoppers~a1416efe/>. Geraadpleegd: 14-8-2018.
- Rodenburg, Paul & Tellingen, Hans van (2018). Beleving met betekenis. Hoe ‘beleving met betekenis’ wél tot een hogere winkelomzet leidt. *SCN*, 2018, 3.
- Rouwe, Sander de (2016). Aanpak lokale winkelleegstand kan niet zonder regionale afstemming. https://www.kennisvoorkrimp.nl/uploads/media_item/media_item/92/29/Excursie_3._I_ngezonden_brief_Sander_de_Rouwe__IPO__over_winkelleegstand-1504517548.pdf. Geraadpleegd: 1-5-2018.

- Ruijgrok, E.C.M. (2004). Economische waardering van cultuurhistorie. Case studie Tieler- en Culemborgerwaard. Rotterdam: Witteveen+Bos.
- Simons, Wessel (2011). "Duurzaamheid redding voor winkelstraat". Verkregen van: <https://www.platformduurzamehuisvesting.nl/2011/07/12/duurzaamheid-redding-voor-winkelstraat/>. Geraadpleegd: 11-8-2018.
- Sittard-Geleen Nieuws (2016). Ruim €10 miljoen van Provincie voor historische binnenstad Sittard. <https://sittard-geleen.nieuws.nl/nieuws/20161201/binnenstad-10-miljoen-sittard/>. Geraadpleegd: 20-3-2018.
- Smit, Paul (2016). Gemeentelijke redding van centrale winkelgebieden. *Rooilijn*, 49(2), 100.
- Soet, de & Majolée, Marc (2007). Het toekomstig Nederlands winkellandschap: lef gevraagd! In: Graaf, Kees de (Eds.), *De toekomst van het Nederlands winkellandschap. Binnenstad of periferie: waar gaan we winkelen?* Hilversum: Johan Matser Projectontwikkeling.
- Sopadjieva, Emma, Dholakia, Utpal M. & Benjamin, Beth (2017). A Study of 46,000 Shoppers Shows That Omnichannel Retailing Works. *Harvard Business Review*, 1-2.
- Stienstra, Sjoerd & Bisschops-Severens, Dagmar (2010). Effect van parkeren op binnenstadsstructuur en verplaatsingspatronen. In: *Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk 25 en 26 november 2010, Roermond*. Roermond: CVS.
- Stoffels, Sandra (2016). Rol van gemeente Nijmegen bij aanpak winkelleegstand in de binnenstad. Utrecht: MUAD.
- Stolwijk, Inge (2012). *Vastgoedeigenaren in de hoofdrol. Een onderzoek naar het aanpakken van leegstand in randstraten van een kernwinkelgebied, met een focus op de rol en beweegredenen van vastgoedeigenaren* (Masterthesis Planologie, Universiteit Utrecht). Verkregen van: <https://binnenstadsmanagement.org/content/files/vastgoedeigenaren-in-de-hoofdrol.pdf>
- Suarez, Anna (2016). Retail at the heart of local economies – RetailLink investigates new business models for medium sized cities. Verkregen van: <http://urbact.eu/retail-heart-local-economies-retailink-investigates-new-business-models-medium-sized-cities>. Geraadpleegd: 25-7-2018.
- Taboroff, June, Botanova, Kateryna & Filin, Pavel (2015), *Retail Development in Historic Cities: Experience and Lessons of Urban Revitalization and Community Making*. London: European Bank for Reconstruction and Development.
- Taskforce Bouwagenda (2017). Toekomstbestendige en duurzame transformatie, renovatie en multifunctioneel gebruik. Delft: De Bouwagenda.
- Tellingen, Hans van (2015). Over de overschatting van beleving / Case-study led-lampjes in Veghel. Verkregen van: <https://nl.linkedin.com/pulse/over-de-overschatting-van-beleving-case-study-hans-van-tellingen>. Geraadpleegd: 9-8-2018.
- Teulings, Coen N., Ossokina, Ioulia V. & Svitak, Jan (2017). The urban economics of retail. *CPB Discussion Paper*, 352 (2017).
- Tubantia (2017). Passage Vijfhoek Oldenzaal nu echt op slot. <https://www.tubantia.nl/oldenzaal-e-o/passage-vijfhoek-oldenzaal-nu-echt-op-slot~a1d6b531/>. Geraadpleegd: 29-6-2018.
- Uden, Michiel van (2012). *Aanloopstraten in binnensteden: De invloed van fysieke en organisatorische factoren op de kwaliteit van aanloopstraten als bedrijfsomgeving*

- (Master thesis, Universiteit Utrecht). Verkregen van:
file:///C:/Users/s4468414/Downloads/MasterscriptieAanloopstraten.pdf.
- Urban Inspiration (2016). Van groei naar welvaren in onze binnensteden.
<https://urbaninspiration.nl/van-groei-naar-welvaren-in-onze-binnensteden/>.
Geraadpleegd: 20-3-2018.
 - Van Eerd, Christine (2017). Zutphens erfgoed: een beleving.
<https://www.bngbank.nl/bg/Pages/2017-12-Erfgoed-in-Zutphen.aspx>. Geraadpleegd:
3-4-2018.
 - Van Tuijl, Maarten (2014). Leegstand is goed voor de stad – Column Maarten van
Tuijl. [https://www.stadsleven.nu/2014/11/19/leegstand-goed-voor-de-stad-column-
maarten-van-tuijl/](https://www.stadsleven.nu/2014/11/19/leegstand-goed-voor-de-stad-column-maarten-van-tuijl/). Geraadpleegd: 4-4-2018.
 - Verheul, Wouter Jan (2015). Plaatsgebonden identiteit: het anker voor stedelijke
ontwikkeling. In: Hafkamp, Wim, Koffijberg, Jos, Rutjens, Ton & Teisman, Geert
(Eds.), *De stad kennen, de stad maken*. Den Haag: Platform 31.
 - Vink, Jamaica (2017). Oosterhoutse binnenstad wordt compacter.
[https://www.bndestem.nl/oosterhout/oosterhoutse-binnenstad-wordt-
compacter~a09a57ac/](https://www.bndestem.nl/oosterhout/oosterhoutse-binnenstad-wordt-compacter~a09a57ac/). Geraadpleegd: 20-3-2018.
 - VNG (2017). Leegstand, transformatie en herbestemming.
[https://vng.nl/onderwerpenindex/ruimte-en-wonen/leegstand-en-
herbestemming/vraag-en-antwoord/wanneer-is-er-sprake-van-leegstand](https://vng.nl/onderwerpenindex/ruimte-en-wonen/leegstand-en-herbestemming/vraag-en-antwoord/wanneer-is-er-sprake-van-leegstand).
Geraadpleegd: 10-4-2018.
 - VNO-NCW (2017). Laat stad en land weer bruisen. Den Haag: VNO-NCW.
 - Wal, Léon van der, Kooijman, Dion & Remøy, Hilde (2016). Levendige
winkelgebieden in balans. *Rooilijn*, 49(1), 25.
 - Werkplaats de Gruyter (2016). Biografie van de winkelstraat. In: Werkplaats de
Gruyter (Eds.), *Frisse blik op leegstand, kansen voor de leefbaarheid van
woonkernen in Brabant*. 's-Hertogenbosch: Werkplaats de Gruyter.
 - Wessels, Paul (2018). NRW brengt dialoog op gang tussen markt en overheid. In:
NRW (red.), *Update 2018: Retail op maat*. Utrecht: NRW.
 - Wikipedia (2017). Noaberschap. Verkregen van:
<https://nl.wikipedia.org/wiki/Noaberschap>. Geraadpleegd: 9-8-2018.
 - Zandbrink, Wouter van & Zeeuw, Friso de (2017). Stedelijke herverkaveling, aanpak
en eerste projecten. Apeldoorn: Kadaster.
 - Zerucha, Tony (2015). Hyper-local knowledge provides edge to real estate
crowdfunding. Verkregen van: [https://www.multihousingnews.com/post/investment-
strategies-real-estate-gets-hyperlocal/](https://www.multihousingnews.com/post/investment-strategies-real-estate-gets-hyperlocal/). Geraadpleegd: 11-8-2018.

Bijlagen

Bijlage 1: Schematische weergave coderingboom



Bijlage 2: Standaard topiclijst

1 Huidige situatie

- Hoe beoordeelt u het huidige functioneren van de Deurningerstraat?
- Welke geluiden vangt u op bij de betrokken partijen van de Deurningerstraat, hoe de straat er nu bij ligt?

2 Proces

- Hoe kijkt u aan tegen het beleid (van de afgelopen jaren) om tot een compacter kernwinkelgebied te komen in Oldenzaal?
- Hoe beschouwt u het proces dat de gemeente is gestart om transformaties mogelijk te maken in de Deurningerstraat? Denk aan de subsidieverstrekking, kennisdeling en functioneren als bemiddelaar en verbinder.

3 Transformatie

- Welke positieve gevolgen heeft de toename van woningen en de afname van detailhandel op de straat als geheel, of specifiek voor (u als) bewoners / ondernemers / eigenaren?
- Welke negatieve gevolgen heeft de toename van woningen en de afname van detailhandel op de straat als geheel, of specifiek voor (u als) bewoners / ondernemers / eigenaren?
- Zijn er conflicten bij u bekend tussen verschillende belangen in de straat, die de implementatie van woningen ten kosten van winkels, in de weg staan? Licht toe.
- Welke factoren buiten fysieke ingrepen in de openbare ruimte / fysieke inrichting (zie volgend kopje) zijn volgens u nog meer van (groot) belang bij de transformatie van de Deurningerstraat?
- Ziet u vergelijkbare processen gaande in uw omgeving? Welke gevolgen heeft dit voor de (binnen)stad?

4 Openbare ruimte

- Welke mogelijkheden biedt de Deurningerstraat (als ruimtelijk structuur / locatie) u als onderneming / eigenaar / bewoner?
- Welke beperkingen biedt de Deurningerstraat (als ruimtelijk structuur / locatie) u als onderneming / eigenaar / bewoner?
- Welke ingrepen in de OR / fysieke inrichting zijn bij u bekend in de afgelopen 5 (max 10) jaar?
- Zo ja, welke positieve of negatieve effecten heeft volgens u deze ingreep gehad op het functioneren van de straat?
- Zo ja, welke negatieve effecten heeft volgens u deze ingreep gehad op het functioneren van de straat?
- Welke eisen stelt u bewoner / ondernemer / eigenaar aan de openbare ruimte bij een aanloopstraat als de Deurningerstraat (nu en in de toekomst)?
- Hoe verandert het gebruik en de inrichting van een straat indien deze fundamenteel verandert qua karakter? (geen pure winkelstraat meer, maar juist een mix aan wonen, voorzieningen en winkels)

5 Tot slot...

- Welke tips/aanbevelingen zou je overige gemeenten (of overige initiatiefnemers van transformaties) geven als het gaat om de transformatieprocessen bij aanloopstraten?
- En voor welke valkuilen moeten zij zich behoeden?

Bijlage 3: Topic-list gemeente

1 Huidige situatie

- Hoe beoordeelt u het huidige functioneren van de Deurningerstraat?
- Hoe kijkt u aan tegen het beleid (van de afgelopen jaren) om tot een compacter kernwinkelgebied te komen in Oldenzaal?
- Welke geluiden vangt u op bij de betrokken partijen van de Deurningerstraat, hoe de straat er nu bij ligt?

2 Transformatie

- Wat zijn de aanleidingen geweest voor de gemeente om actief beleid toe te passen om het centrum, en de Deurningerstraat specifiek, compacter te maken en te verkleuren?
- Welke positieve gevolgen heeft de toename van woningen en de afname van detailhandel volgens u voor de straat als geheel, of specifiek voor bewoners / ondernemers / eigenaren etc...?
- Welke negatieve gevolgen heeft de toename van woningen en de afname van detailhandel volgens u voor de straat als geheel, of specifiek voor bewoners / ondernemers / eigenaren etc...?
- Zijn er conflicten tussen verschillende belangen in de straat, die de implementatie van woningen ten kosten van winkels, in de weg staan? Licht toe.
- Welke factoren buiten fysieke ingrepen in de OR zijn volgens u nog meer van (groot) belang bij de transformatie van de Deurningerstraat?
- Ziet u vergelijkbare processen gaande in uw omgeving? Welke gevolgen heeft dit voor (binnen)steden?

3 Openbare ruimte

- Welke mogelijkheden of beperkingen biedt de Deurningerstraat (als ruimtelijk structuur / locatie) u als gemeente ...?
- Welke ingrepen in de OR / fysieke inrichting zijn bij u bekend?
- Zo ja, welke positieve of negatieve effecten heeft volgens u deze ingreep gehad op het functioneren van de straat?
- Zo ja, welke negatieve effecten heeft volgens u deze ingreep gehad op het functioneren van de straat?
- Welke eisen stelt u (als gemeente zijnde) aan de openbare ruimte bij een aanloopstraat als de Deurningerstraat (nu en in de toekomst)?
- Hoe verandert het gebruik en de inrichting van een straat indien deze fundamenteel verandert qua karakter? (geen pure winkelstraat meer, maar juist een mix aan wonen, voorzieningen en winkels)

4 Tot slot...

- Welke tips/aanbevelingen zou je overige gemeenten geven als het gaat om de transformatieprocessen bij aanloopstraten?
- En voor welke valkuilen moeten zij zich behoeden?

