



WINKELSTAD AMSTERDAM - KANSEN EN BEDREIGINGEN VOOR WINKELS EN WINKELSTRATEN

Verslag van het symposium op 20 november 2014

De economische crisis en internetwinkelen hebben er danig ingehakt bij de traditionele detailhandel. Wat zijn de gevolgen voor Amsterdamse winkels en winkelstraten? O+S doet jaarlijks onderzoek naar het winkelgedrag van Amsterdammers. *Amsterdam winkelstad* was dit keer het thema van het symposium dat het Bureau O+S jaarlijks organiseert rond de presentatie van zijn jaarboek *Amsterdam in Cijfers*.

Innovatie en bedreigingen zijn voor het winkelbestand niets nieuws, vertelt Rogier van der Groep van O+S. Een eeuw geleden klaagden veel kleine middenstanders steen en been over het ontstaan van winkelketens en warenhuizen. Winkeliers die niet meekonden met hun tijd, legden het loodje. In de 21ste eeuw is het machtsveld verschoven van winkelier, planoloog en projectontwikkelaar enerzijds naar de consument. Die kan thuis op laptop of tablet op zijn gemak het beste en goedkoopste product uitkiezen om het vervolgens in de winkel of, steeds vaker, bij een webshop te kopen. Het gevolg voor de échte winkels in het hele land is omzetsdalingen en leegstand.

Gelukkig is dat nog niet het geval in Amsterdam, waar steeds meer winkelstraten juist lijken te floreren. Dat is deels het gevolg van demografische ontwikkelingen. Hoewel er vergrijzing is, blijft de toestroom van nieuwe Amsterdammers groot. Bovendien gaat het vooral om studenten, die steeds vaker in de stad blijven plakken en er een gezin stichten.

Toch vinden er ook in Amsterdam veranderingen plaats als gevolg van veranderend koopgedrag. Zo is het aantal winkels de afgelopen tien jaar 5 procent gedaald tot ongeveer 7500, terwijl het vloeroppervlak 10 procent is gestegen. Dat wijst op schaalvergroting. De uitbreiding van het vloeroppervlak betrof vooral winkels voor dagelijkse boodschappen. De kleine winkelier voor niet-dagelijkse producten is voornamelijk nog terug te vinden in de kledingbranche.

Functieruil

Aan de 'koopkrachtbinding', de mate waarin bewoners zich gebonden voelen aan het lokale winkelbestand, is in de periode 2004-2014 weinig veranderd als het gaat om dagelijkse boodschappen. Maar als we kijken naar de niet-dagelijkse aankopen in de verschillende stadsdelen, dan zijn er wel degelijk veranderingen te bespeuren. Winkels in alle stadsdelen hebben hun lokale klandizie zien afnemen. Die klanten zijn meer en meer via internet gaan kopen. Internetwinkels hebben in de hele stad klanten weggekaapt, behalve in het centrum. Straten als de Kalverstraat hebben hun klandizie weten te behouden doordat ze een grote aantrekkingskracht uitoefenen op mensen elders in de stad.

Maar in de Javastraat in stadsdeel Oost is het aantal winkels voor niet-dagelijkse aankopen bijna gehalveerd in de afgelopen tien jaar. Ook op de Middenweg, in de Oosterparkstraat en in andere negentiende-eeuwse wijken is het aantal sterk afgenomen. In plaats daarvan is er veelal horeca gekomen, vooral "allerhande latte-tenten", maar ook nieuwe formules voor dagelijkse aankopen als Marqt, Biolicious en Bilder & De Clerq. Daarnaast zijn er pop-up-stores en mengformules waarin bijvoorbeeld een kop koffie en kleding wordt verkocht.

Het zijn formules die over het algemeen goed passen bij de levensstijl en -fase van veel omwonenden, zegt Van der Groep. Hoewel soms niet in overeenstemming met bestemmingsplannen, is de gemeente blij met de nieuwe functies, omdat die de leefbaarheid, levendigheid en werkgelegenheid ten goede komen. De negentiende-eeuwse winkelstraat ontwikkelt zich zo tot "een sociaal-economisch instituut dat de buurtidentiteit kan vergroten en dient als generator van sociaal kapitaal voor omwonenden en werkenden". Volgens Van der Groep is het de vraag of zo'n functieruil overal kans van slagen heeft en of die alle actoren in de buurt ten goede komt - en of het wel gewenst is om winkelstraten op deze manier overeind te houden.

Regelloze winkelgebieden

Arjan Raatgever houdt zich bij Platform31, een kennisorganisatie voor stedelijke en regionale vraagstukken, bezig met de toekomst van winkelcentra in Nederland. Hij haalt minister Kamp aan die op dit moment partijen samenbrengt rondom een nationale Retailagenda om de winkelsector sterker en innovatiever te maken. Er gaan banen verloren in deze sector, die vanouds een werkgever is voor lager geschoold personeel.

Hoe kan deze sector een nieuwe impuls krijgen? Platform31 werkt aan een soort handboek voor winkelgebieden en brengt daarbij de rol van de betrokken partijen in kaart.

Voor Amsterdam is de problematiek anders dan in provinciesteden als Arnhem, maar voor alle G32-gemeenten in Nederland geldt dat de aanpak van winkelcentra in de prioriteiten-top-3 voorkomt. Maar winkelcentra blijken moeilijk te vernieuwen. De betrokken partijen lijken alleen oog te hebben voor hun eigen belangen en zijn, volgens Raatgever, "als kikkers in een ton". Ze kennen elkaar vaak niet en zijn dikwijls moeilijk tot samenwerking te brengen, ook als het slecht gaat met het winkelgebied.

De gemeente heeft als een soort 'marktmeester' de instrumenten om de vernieuwing een impuls te geven, bijvoorbeeld door de organisatiegraad te verhogen en starters op gang te helpen. Maar voor nieuw beleid is het wel van belang over de juiste gegevens te beschikken, benadrukt Raatgever.

Amsterdam mag zich daarbij gelukkig prijzen met een bureau als O+S, want in veel gemeenten zijn deze gegevens vaak niet voorhanden.

Vastgoedeigenaren zijn notoir slecht in samenwerking, zegt Raatgever. Aan de andere kant kan een huurverlaging voor een startende ondernemer verstrekken gevolgen hebben voor een pandeigenaar: daling van de waarde van het gebouw en beleggers, aandeelhouders en banken die aan de bel komen trekken. Vastgoedeigenaren gaan daarom niet snel tot een huurverlaging over.

In tegenstelling tot andere gemeenten kent Amsterdam overigens geen leegstandverordening voor winkels, wel voor kantoren. Zo'n verordening bepaalt dat eigenaren hun ruimtes niet zomaar langdurig leeg mogen laten staan en in overleg moeten met de gemeente over het gebruik.

De overheid kan een rol spelen in het aanjagen van vernieuwing, maar lijkt die vernieuwing door de vele regels ook tegen te houden. “Durf te experimenteren en durf los te laten”, luidt het devies van Raatgever, zelf een zoon van een winkelier. Maak combinaties van functies in winkels mogelijk, bijvoorbeeld kleding en een kopje koffie, en laat ‘nomadische winkeliers’ tijdelijk een ruimte gebruiken. Platform31 wil een experiment opzetten met regelloze winkelgebieden.

Er moet dus ruimte komen voor het onverwachte. Aan de andere kant benadrukt Raatgever dat gemeenten en andere betrokken partijen wel moeten weten waar ze naartoe willen met hun winkelbestand. “Anders heb je niets aan je hele instrumentarium.”

Free riders

En dan zijn er nog de Amsterdamse winkeliers zelf. Hoe zien die hun kansen en de rol van de overheid?

De drie voor het symposium uitgenodigde winkeliers benadrukken dat ze hun bestaansrecht mede danken aan het bijzondere karakter van hun zaak. Sanne Fase zegt dat haar Java Bookshop in de Javastraat zich in alles onttrekt aan de officiële statistiek. Haar klanten uit de buurt zijn juist loyaal vanwege de persoonlijke aandacht en de romantiek. Sander Lusink vertelt dat het familiebedrijf Oger in de PC Hooftstraat zijn positie van ‘local hero’ dankt aan de servicegerichtheid en de verkoop van het beste wat de internationale mode te bieden heeft. Latei op de Zeedijk van David Klinkert is uniek door de combinatie van horeca en vintagewinkel, een combinatie die eigenlijk verboden was, maar werd gedoogd.

Zien ze wat in de nieuwe BIZ-wet, die per 1 januari van kracht wordt? De Bedrijveninvesteringszone (BIZ) is de minder vrijblijvende opvolger van de aloude winkeliersvereniging. Als een meerderheid van de ondernemers in de straat voor is, moeten alle winkeliers een financiële bijdrage leveren aan de BIZ, die investeert in de veiligheid en de aantrekkelijkheid van het winkelgebied.

Lusink ziet de BIZ als een toevoeging. Nu zijn er vaak ‘free riders’, die profiteren van investeringen in de straat, maar er zelf niet aan meebetalen. “Met de BIZ ga je betrokkenheid eisen.” Fase lijkt het daarentegen lastig om alle ondernemers in die lange Javastraat op één lijn te krijgen.

Diversiteit en sturing

Sociologisch onderzoekster Iris Hagemans bekijkt winkelstraten, met name die in de lift zitten, in een nog breder, wereldwijd perspectief. Met wetenschappelijke meedogenloosheid laat Hagemans zien hoe saai en voorspelbaar hippe straten kunnen zijn, met overal dezelfde koffiezaken met dezelfde leestafels en bakstenen muren, of je nu in Brooklyn, Berlijn, Sjanghai of de Javastraat bent.

De winkelstraat is het visitekaartje van de buurt, stelt Hagemans. Een reflectie van de verandering, maar ook een aanjager daarvan. Niet zelden wordt de winkelstraat ook gezien als een kwetsbaar gebied, met kleine ondernemers die eigenlijk beschermd zouden moeten worden.

Ook Hagemans deed onderzoek naar de Javastraat - een aantal jaar geleden nog een probleemgebied, maar nu een “uithangbord van gentryfication”. De Javastraat is volgens Hagemans interessant door de vele sturing door de overheid, zeker in vergelijking met winkelstraten in het buitenland.

De opkomende winkelstraat is een vat vol tegenstrijdigheden. De toestroom van mensen met een hoger inkomen maakt ook de komst van kleine ondernemers mogelijk. Tegelijkertijd bestaat de angst dat alles hetzelfde wordt door de komst van winkelketens.

Hoe kun je als kleine ondernemer standhouden? Door de klanten een eigen ervaring te bieden, een latte in eigen sfeer. Maar ook die koffiezaakjes lijken steeds meer op elkaar. De nieuwe ondernemers beschouwen zichzelf niettemin als de ‘ontwerpers van de sfeer’ in de straat. Ze presenteren zich als pioniers in wat ooit een kale woestijn was en als filantropen die het ‘voor de buurt doen’, alsof ze niet in de eerste plaats winst willen maken.

Buurtbewoners kunnen ook opmerkelijke ideeën hebben over winkels in de buurt. Ze kunnen de nieuwe boek- of designlampenwinkel loven als een aanwinst voor de buurt. Maar op de vraag of ze er zelf ooit iets kopen, antwoorden velen ontkennend.

De vaak nagestreefde diversiteit is volgens Hagemans een complex begrip. Waarom worden vier Turkse groentewinkels in één straat als eenzijdig gezien en vier koffiezaken niet? Kortom: je begeeft je op glad ijs als je je bezig gaat houden met diversiteit.

Een betrokken ambtenaar in de zaal noemt het ingrijpen van de overheid in de Javastraat noodzakelijk, gezien de drugsoverlast en het grote verloop onder de ondernemers van nog maar enkele jaren geleden. Maar volgens Hagemans kun je je afvragen of de overheid er in de Javastraat wel aan te pas had hoeven komen. Wellicht had de markt de straat dezelfde richting in gestuurd.