

# Een leegstaand winkelpand vul je met visie

*Over de transformaties van lege winkelgebieden tot bruisende winkelcentra heeft iedereen wel zijn eigen ideeën. Voor het groeiende leegstandprobleem zijn dan ook de meest uiteenlopende oplossingen denkbaar. Wat doen we met al die lege panden?*

*Retail-kenner Rien Romijn (Seinpost) en leisure-specialist Ronald Haagen (ZKA) combineren hun specifieke kennis tot adviezen die een verrassende blik werpen op het vraagstuk. Want oplossingen voor leegstand vragen om een sterke en multidisciplinaire visie.*

“Toen we bij Seinpost onlangs een aanvraag kregen om mee te denken over de aanpak van leegstand, vertelde de eigenaar van het winkelcentrum ons dat er ook werd gedacht aan een andere invulling dan alleen nieuwe retail”, leidt Rien in. “Zo wilde deze marktpartij ook denken aan het leisure-aspect. En wij werken nauw samen met ZKA, waar dagelijks onderzoek wordt gedaan naar leisure. Zo kunnen wij verder kijken dan een alternatieve retailinvulling door nieuwe winkels.”

Ronald bevestigt dit. “Toen bleek dat er een brede keur aan panden beschikbaar was. Van heel groot tot heel klein. En dan moet je de eigenaar adviseren welke richting dit winkelcentrum uit moet gaan. Welk type locatie heb je, op welke doelgroepen en bezoekmotieven wil je inspelen? Wat zijn de locatiekwaliteiten en andere onderscheidende factoren? Dit zijn essentiële vragen die je goed in beeld moet hebben. En we proberen daarin verder te denken dan het huidige bestemmingsplan.”

## **Niet alles is geschikt**

Het klinkt aantrekkelijk om leegstand op te vullen met andere functies zoals horeca of leisure als interesse uit de retailsector uitblijft. Maar dat iets in een bepaalde binnenstad goed werkt, wil nog niet zeggen dat het op een andere locatie ook gaat renderen. “Denk aan de concurrentiepositie en het huidige aanbod. Is er al veel horeca? Of is er al veel leisure in de buurt? Dan moet je die plannen heroverwegen. Het moet niet zo zijn dat de problemen in de winkelmarkt worden verschoven naar de andere sectoren.” Zo bleek recent nog in Breda dat niet alle ondernemers blij zijn met horeca-invulling van leegstaande winkelpanden. “Daar moet je dus rekening mee houden!”

“Het is geen gewone opvulling, je moet het sturen”, vindt Ronald. “In de binnenstad is bijvoorbeeld al vaak veel horeca te vinden. Leisure is doorgaans niet massaal aanwezig in de binnenstad, waardoor leisure, anders dan horeca, meer als een aanvulling dan als een bedreiging wordt gezien op het voorzieningenaanbod in het centrum. Maar ook daarvoor geldt net als voor horeca: let erop dat het in het aanbod past. Kunnen bijvoorbeeld het night entertainment, de omwonenden en de al bestaande winkels goed naast elkaar leven? Is die nieuwe spellenhal op zijn plaats? Vraagt deze omgeving om functies, die in tegenstelling tot winkels en daghoreca, ook ’s avonds nog publiek trekken? Ga niet ongebreideld alles toestaan in de vergunningen.”



## **Niet rigourees het roer om**

Een veelgemaakte denkfout is om het roer om te willen gooien. Daar willen Seinpost en ZKA voor waken. “Dat raden we vaak af. Een compleet nieuwe invulling betekent ook een compleet nieuw publiek en een andere doelgroep. Sommige leisurefuncties hebben massa nodig. En dat kan vooral in een klein centrum niet eenvoudig worden gerealiseerd en juist tot ongewenste neveneffecten leiden. Houd rekening met de omwonenden, de concurrentie en mix van functies in de binnenstad. Kijk goed wat je al hebt en bouw daarop verder. Laat het DNA van het gebied voor zich spreken!”

*Ziet u mogelijkheden voor een combinatie in uw gebied? Of wilt u gewoon meer informatie? Neem dan contact op met Ronald Haagen van ZKA ([r.haagen@zka.nl](mailto:r.haagen@zka.nl)), 06 5153 5260 of Rien Romijn van Seinpost ([r.romijn@seinpost.com](mailto:r.romijn@seinpost.com)), 06 5352 6705. Ze gaan graag met u in gesprek!*