



De eigenaren van Jouw Bloemist in hun nieuwe winkel



**Eduard Plate** is zelfstandig adviseur en werkt onder andere als centrum- en programma manager. Is deelnemer aan LocalLife, dat online consumenten fysiek naar het centrum brengt. Na de studie geografie met marketing specialisatie werkte hij bij Wehkamp, introduceerde MOSAIC postcode segmentatie in Nederland en was directeur van de AKO Boekenwinkels.

Reacties: [eduard@eduardplate.nl](mailto:eduard@eduardplate.nl)  
Website: [eduardplate.nl](http://eduardplate.nl)

## Nieuwe ondernemers: hoe trek je die naar je centrum?

# De compact-plus-aanpak

In de meeste centrumvisies wordt ingezet op een compacter centrum. Er wordt een kerngebied aangewezen, andere centrumstraten mogen verkleuren of krijgen een rol als aanloopstraat met diverse functies. Maar hoe biedt je ruimte aan starters en groeiers? Dat vraagt diversiteit aan locaties. Hier ligt een kans voor vastgoed en centrumondernemers. De Compact-plus-aanpak biedt groeiers en starters kansen zich te vestigen en maakt het centrum daarmee aantrekkelijk voor kiezende consumenten in het online tijdperk.

### CONSUMENTEN OPNIEUW VERLEIDEN

Door de coronacrisis is de druk op onze centra vergroot. De online bestedin-

gen zijn sterk gegroeid. Daarmee zijn de bestedingen in het centrum afgenomen. Dit betekent dat het centrum zichzelf opnieuw moet uitvinden om consumenten te verleiden. Er is een nieuwe transformatie nodig. De rol van het centrum als ontmoetingsplaats, met naast winkels een toenemend belang voor bijvoorbeeld zorg, cultuur, ambachten, ICT en wonen, zal de komende jaren belangrijker worden. Hoe kun je ervoor zorgen dat consumenten voor je centrum kiezen, en zo voor een bloeiende lokale economie?

Het vraagt in ieder geval om een effectieve leegstand aanpak. Want hoe sterk we ook inzetten op veiligheid, evenementen en nieuwe kleurtjes, voor consumenten is vermindering van de

leegstand en vernieuwing van het aanbod doorslaggevend om naar het centrum te gaan. Naast transformatie is het verleiden van ondernemers om zich te vestigen daarom een belangrijke succesfactor.

### ONDERNEMERS OP NIEUW VERLEIDEN

Inzetten op een compact, aantrekkelijk centrum is belangrijk. Het geeft ondernemers toekomstperspectief aan een locatie. Toch zijn er ook risico's. Met name als er voor groeiers en start ups geen aansprekende locaties voor handen zijn. Hoe je dan soms het omgekeerde bereikt dan je bedoelde maakte ik onlangs mee in Zeewolde. Dit is een jonge plaats met ongeveer 23.000 inwoners gelegen aan het water en tussen de bossen van Zuidelijk Flevoland. In de centrumvisie is ingezet op een compact centrum, in combinatie met het toevoegen van extra woningen. De ondernemers werken via de BLZ samen. Uniek is dat die samenwerking is doorgetrokken met het gemeentelijke Zeewolde Zakelijk en Bedrijfskring Zeewolde. Samen organiseert men bijvoorbeeld de Centrum Ondernemer van het Jaar verkiezing.

### AANLOOPSTRAAT EXTRA AANTREKKELIJK

Als jurylid bezocht ik enkele door de inwoners genomineerde winkels, waaronder de groeiende bloemenwinkel Jouw Bloemist. Vier jaar geleden gestart in het kernwinkelgebied van Zeewolde. Twee jaar geleden hebben ze hun winkel vergroot en dit jaar wilden ze een nieuwe stap maken. Maar omdat er flink geïnvesteerd moest worden in het pand, waarvan de huurprijs bovendien aan de hoge kant was, wilden ze overleggen met hun pand eigenaar. Ze vonden weinig begrip en begonnen zich af te vragen of groeien op de huidige locatie verstandig was.

Om de hoek van de oorspronkelijke Jouw Bloemist locatie is de Torenstraat. Dat is een deel van het centrum van Zeewolde dat van kleur mag verschieten. De jonge ondernemers troffen er een aantrekkelijk pand. En anders dan in het



Eva Miedema, kunstenaar en start-up bij de Winkeltjes

kernwinkelgebied bleek er een klik te zijn met de pandeigenaar. De ondernemers konden het pand kopen. Die optie sprak de ondernemers aan.

Het pand werd in maart van dit jaar gekocht, er kwam een prachtige bloemenwinkel in. Een moedige stap in het hartje van de coronacrisis. Dat vonden de inwoners van Zeewolde ook. De nieuwe, aansprekende winkel werd een van de tien genomineerde centrumondernemers. Inmiddels is naast Jouw Bloemist in dezelfde Torenstraat nog een nieuwe ondernemer gestart. Die ondernemer hoefde niet alle meters te huren, de achterzijde van de winkel kreeg een andere functie.

### START-UPS

We zien hier een omgekeerde ontwikkeling. Omdat vastgoedpartijen in de Torenstraat zich realiseren dat een stapje extra nodig is denken ze mee met nieuwe ondernemers. Zo ontstaat een positieve ontwikkeling in een straat die eigenlijk geen onderdeel is van het compacte centrum. Maar die straat is aan-

trekkelijk voor start-ups en groeiende ondernemers, doordat pandeigenaren flexibeler zijn. Succesvolle voorbeelden van zulke omgekeerde spontane ontwikkelingen zijn de 7 Straatjes in Arnhem en de Folklingestraat in Groningen.

### LAAGDREMPELIG STARTEN

Jouw Bloemist is het voorbeeld van een groeiende ondernemer, die welbewuste stappen naar de toekomst zet. Het kopen van een winkelpand bleek voor de ondernemers een belangrijk. Maar hoe zit dat met start-ups? In hetzelfde centrum van Zeewolde bevindt zich de passage het Ravelijn. Eigenaresse Leyten stelt zich actief op en dit leidde onder andere tot de komst van Action en de Winkeltjes.

Dit is een professioneel shop-in-shop concept waar kleine ondernemers, zoals webshops, laagdrempelig hun producten kunnen verkopen. De Winkeltjes werd in 2019 gekozen tot centrumondernemer van het jaar en weet veel bezoekers en nieuwe ondernemers aan zich te binden. Inmiddels zijn er



Uw Stadsboer in de Zwolse Diezer



Torenstraat Zeewolde, aantrekkelijk



brink, geopend door MKB-voorzitter Jacco Vonhoff



ijk voor nieuwe ondernemers



Cosmé Hardenberg, dat een drukke centrumlocatie zocht

tachtig ondernemers gevestigd. Sinds kort is een van hen Eva Miedema. Ze is een kunstenaar uit Noordwijk. Hoe kwam ze in het centrum van Zeewolde terecht?

“Een vriendin was dit jaar op vakantie in Zeewolde. Daar ontdekte ze in het centrum De Winkeltjes. Dat leek haar iets voor mij. Toen er een plaats vrij kwam greep ik mijn kans. En al tijdens het inruimen van mijn kunstwerken werd de eerste aankoop gedaan”. De Winkeltjes is een voorbeeld van een concept dat laagdrempelig starten als ondernemer mogelijk maakt. Inmiddels zijn er al twee ondernemers vanuit de Winkeltjes hun eigen winkel begonnen.

#### COMPACT-PLUS-AANPAK

Bij de Compact-plus-aanpak zetten we ons in op diversiteit van vestigingslocaties. We kijken naar de behoeften van verschillende typen ondernemers. Wat voor pand zoeken ze? Wat voor een omgeving? Streven naar een compact centrum is vaak verstandig. Maar tegelijk is het van levensbelang voor

een centrum dat er locaties blijven bestaan waar, naast formules, start-ups en groeiende ondernemers zich thuis voelen.

Dit vraagt samenwerking in de driehoek ondernemers, vastgoed en gemeente. Met daarbij een gedeeld perspectief voor het centrum, inzicht in de behoeften van ondernemers en die van vastgoed ondernemers.

#### CONCLUSIE

Compact en aantrekkelijk is een succesfactor voor toekomstbestendige centra. Het kunnen aantrekken van nieuwe functies en nieuwe ondernemers is nodig om de onlineconsumenten in hun klantreis te verleiden weer naar het centrum te komen. De Compact-plus-aanpak zet in op diversiteit aan vestigingsplaatsen en samenwerking met pand eigenaren, met als doel dat deze kunnen schakelen met de behoeften van nieuwe ondernemers. Aanloopstraten spelen daarbij een rol, net als laagdrempelige start-uplocaties. ←

# 3 tips

*Drie tips voor een compact centrum waar nieuwe ondernemers zich thuis voelen :*

- 1** *Zorg ervoor dat er in het centrum locaties zijn die aantrekkelijk zijn voor start-ups en groeiers.*
- 2** *Streef naar variatie in typen pandeigenaren en liefst ook makelaars.*
- 3** *Ga met vastgoedpartijen in gesprek over de behoeften van start-ups en groeiers.*

**In maart begonnen ze hun prachtige bloemenwinkel, een moedige stap in het hartje van de coronacrisis**