

Drie nieuwe rollen voor het centrum

Wat is de impact van het coronavirus op onze centra? De gevolgen zullen ingrijpend zijn. Tegelijk is er lokale urgentie, samenwerking, innovatie en flexibiliteit ontstaan. Wat wordt de nieuwe rol van het centrum? We schetsen drie nieuwe rollen, welke invulling geven aan kwalitatieve transformatie.

Door Eduard Plate en Alexander Grit

1. Favoriete Ontmoetingsplaats

Het centrum van binnensteden heeft in het verleden functies verloren: zo zijn werkplaatsen en administratieve functies naar de randen van steden verhuist en transformeerde het centrum naar een ontmoetingsgebied. Dit betekent bijvoorbeeld dat naast winkels andere functies belangrijk zijn, soms al binnen winkels zelf. Een voorbeeld is Hard-Wear in Enkhuizen. Het is een winkel voor Australian fashion en tegelijk online een belangrijke speler. Het pand is niet alleen een winkel, maar ook een kantoor met SEO specialisten, een fotostudio en distributiemagazijn. Andere functies zullen versneld dragers van het centrum worden. De binnenstad heeft bijvoorbeeld veel aantrekkingskracht op city professionals om te wonen, voor zowel dertigers, veertigers als vijftig-plussers. Ze besteden vrij veel geld aan fashion, food services, cultuur en ontwikkeling. Ze bezoeken winkels die “hun” taal spreken. Ze steunen niet zelden initiatieven van start ups. Zo kan het centrum, met een goede combinatie van functies en kennis bij ondernemers, goed aansluiten op diverse doelgroepen.

2. Kraamkamer voor start ups

Centra zullen meer ruimte moeten bieden als kraamkamer voor start ups, zoals nieuwe winkels en nieuwe dienstverleners. Een hightech bedrijf verwoordde het als volgt: “Ons personeel bestaat voor een groot deel uit millennials, zowel vrouwen als mannen. Die werken liever in het centrum dan op een bedrijventerrein. Voorzieningen en ontmoeten vinden ze belangrijk”. In de retail ontstaan op dit moment veel nieuwe concepten van ondernemers die nieuwe kansen zien. Ze worden geopend door jonge én oudere ondernemers die hun droom in een gewone baan niet kwijt kunnen. Dit vraagt om het actief verleiden en begeleiden van start ups. Als centrummanager werk je hierbij samen met vastgoedpartijen, gemeente en ondernemers.

3. De binnenstad als drager van identiteit

De binnenstad krijgt, met haar karakteristieken, monumenten en cultuur, steeds meer de rol van identiteitsdrager. Bewoners, ondernemers en bezoekers dragen bij aan de identiteit en ontlene hier tegelijkertijd identiteit aan. Zodoende verbinden zij zich economisch, cultureel en sociaal aan de plaats. Het is dus zaak om de binnenstad leefbaar en dynamisch te houden.

Een arts zal zich immers ook liever vestigen in een plaats met een levendig centrum. Voor toerisme en bedrijven is een aantrekkelijk centrum een grote plus.

Conclusie

De rol van de binnenstad zal onder invloed van de coronacrisis versneld veranderen. Het gaat niet alleen meer om winkels. Het belang van de economische, culturele en sociale waarde van de binnenstad neemt toe. Er zullen stappen gezet moeten worden om invulling te geven aan deze nieuwe rollen. Een kwalitatieve transformatie, die ruimte biedt aan de ontmoetingsfunctie, de kraamkamerfunctie en de rol als identiteitsverstrekker als motor van het creëren van waarde. Stichting CLOK heeft hiervoor onder andere samen met Hanzehogeschool, programma's ontwikkeld, zoals het Ontdekkingsstraten-programma.



Eduard Plate,

(Geografie, en was o.a. directeur AKO boekenwinkels) is adviseur leegstand en gebiedseconomie bij CLOK en werkt o.a. als centrum- en programma manager

Alexander Grit,

heeft internationaal onderzoek gedaan naar voorwaarden voor verandering. Lector Ondernemen in Verandering aan de Hanzehogeschool



Opening van Het Streekhuus in Hardenberg, mei 2020.

(bron: Eduard Plate)

Meer weten?

Mail dan naar e.plate@clock.nl