

## Winkels in de binnenstad

**In de KNACK van 18 januari wordt onder de titel 'De leegstand regeert het land' de vermindering van het aanbod in de eerste plaats toegeschreven aan de baanwinkels "die de bloedzuigers zijn van onze steden". Het uitvoerig artikel van Jeroen De Preter stelt dat de evolutie in de retailsector een razendsnelle evolutie doormaakt met ingrijpende gevolgen op onze gemeenten en steden. Het is nog niet zo dramatisch dan in Frankrijk of Spanje, waar in landelijke gemeenten de meest elementaire winkel, de bakkerij, haar deuren sloot. De cijfers zijn hard, de winkelleegstand neemt spectaculair toe, vooral in kleinere provinciesteden. Met 20% is Boom de koploper.**



Hoe verloopt deze evolutie in Vlaanderen? Vorig jaar verscheen het boek "Verleidelijke Vitrines / 700 jaar winkelpuien in Gent", een uitgave van Dienst Monumentenzorg en Architectuur Stad Gent en de uitgeverij Snoeck. In deze publicatie schreef ik een bijdrage "Ontwikkeling van de winkels sinds 1980", een periode van amper 35 jaar waarin de verkoop sector compleet muteerde. De schaalvergroting is reeds gestart in de jaren zestig, ver vóór het internettijdperk. Toen ik in het begin van de jaren '80 in de Gentse binnenstad kwam wonen, was het aanbod van winkels in de Holstraat vrij groot. Ondertussen verdwenen twee slaggers, één apotheek, een fietsenwinkel, twee winkels met papierwaren, een winkel met rookartikelen en een winkel met zuivelwaren. Wat overbleef zijn twee bakkerijen en een krantenwinkel, van verschraling gesproken! Het aantal kleinere winkels in de Gentse binnenstad verminderde reeds drastisch vóór 2000.

Dit fenomeen valt te zien in de Gentse Begijnengracht (verbinding tussen Hoogstraat en Burgstraat). Tot in de jaren '50 een bloeiende winkelstraat

die compleet haar functie heeft verloren. De winkelpanden zijn nu woningen of studentenkamers geworden.



*Gent Begijnengracht foto: Marc Dubois*



*Gent Hoogstraat Winkelpui werd hotelkamer*

*Foto: Marc Dubois*



De grote voedingswarenhuizen kozen voor de stadsrand, voor een locatie met een grote oppervlakte. Met de komst en de wildgroei van baanwinkels, retailparken en shoppingcenters buiten de bestaande handelskernen werden in Vlaanderen steeds nieuwe gronden in gebruik genomen, plus een toename van de 'verharde' oppervlakte. Een buitenlander die de Kortrijkse steenweg neemt van Deinze naar Gent kan zijn ogen niet geloven. Een aanbod van wijnen, kantoormeubilair, sportwagens, kantoren, restaurants en bordelen. De Belgische stedenbouwkundige lintbebouwing op haar best!

De laatste tien jaar hebben de grote winkelketens in de voedingssector gekozen voor een strategie van buurtsupermarkten, binnen vakkringen omschreven als "Proximitéitwinkels" (Food Retail Proximity), verkooppunten met een oppervlakte minder dan 400 m<sup>2</sup>. Onder de retailnamen vallen o.a. *Carrefour Express, Delhaize Shop 'n Go, Delhaize Proxy, Prima, Spar, Louis Delhaize, Délitrateur, Smatch*. Wie had twintig jaar geleden durven voorspellen dat op de Gentse Kouter met de vele bankfilialen een goed draaiende Delhaize zou komen? Om winst te maken moet men zich aanpassen aan de veranderende samenleving.

### **Op zoek naar grotere locaties.**

Investeerders zijn op zoek naar grote oppervlaktes om een aantal winkels te groeperen. Kleine locaties, zoals de Gentse Bourdongalerij, waren gedoemd om te mislukken, ook omwille van de beperkte mogelijkheid tot doorstroming van mensen. Deze locatie kreeg zeer recent een onverwachte impuls toen iemand het initiatief nam om er een bio-markt te organiseren.

Een recente ontwikkeling is de herstructurering van het stedelijk bouwblok tussen de Vrijdagsmarkt, de Lange Munt en de Onderstraat. In dit geheel van nieuwe winkelpanden gecombineerd met woningen vond de Ierse kledingketen *Primark* sinds augustus 2015 een onderkomen. Over de winkelinrichting valt niet veel te vertellen, belangrijker is, dat de inplanting van deze zaak de winkel-as van Koren- naar Vrijdagsmarkt een upgrading gaf. Een winkel van goedkope kledij zoals *Primark* moet het hebben van veel voorbijgangers en opteerde om in de binnenstad te blijven.

### **Impact van de e-commerce**

De meest cruciale vraag blijft wat de impact zal zijn van de e-commerce op het winkelbestand, zowel in de binnenstad als in de stedelijke periferie. Het stadsbestuur kan licht sturend optreden en initiatieven steunen om de leegstand te beperken. Tegen schaalvergroting kan men initiatieven

nemen, maar is dit wel mogelijk bij e-commerce? In *De Standaard* van 15 april 2016 staat "Gent remt baanwinkels af" met daarbij de reden "Gent-centrum boert goed, de stadsrand kreunt". In dezelfde maand een titel "Shopperen in de stad zonder zakken te zeulen", verwijzend naar een proefproject waarbij de aankopen naar de parkeergarages worden gebracht om het "handenvrij" winkelen te stimuleren. Volgens Christophe Peeters, Schepen van Middenstand, een antwoord op het circulatieplan. Zullen initiatieven van de overheid om de handelskernen te versterken opwegen tegen de gedreven luiheid van de consument die wordt aangewakkerd door de e-commerce?

Anno 2016 is *Zalando* de belangrijkste webwinkel in Europa met een omzet van bijna 3 miljard euro en drie miljoen klanten. Het succes heeft te maken met de mogelijkheden van internet en een succesvol businessmodel dat hoofdzakelijk gebaseerd is op gemakzucht en impulsaankoop. In de media wordt de e-commerce als "de" toekomst gepresenteerd en zwijgt men over de negatieve aspecten zoals nachtwerk en sociale dumping.

Komt er in de Gentse binnenstad nog enkel een aanbod van winkels gericht op toeristen, ontspanning en vooral horeca? Hebben de grote baanwinkels meer te vrezen van de e-commerce dan de kleine gespecialiseerde detailzaak in de binnenstad? Hoeveel schade zal het klassiek winkelaanbod oplopen bij een ver doorgedreven e-commerce? Het initiatief van de "pop-up" winkels is meer een tijdelijke oplossing om permanente leegstand te verdoezelen. Wordt het aanbod in de Gentse binnenstad meer en meer toegespitst op de consumerende toerist? Meer chocolade, cuberdon karren en biertenten, meer eetgelegenheden en souvenirwinkels, allemaal zaken om de toerist te verleiden. Er is één zekerheid, wanneer een winkel niet meer rendabel is, gaat die onherroepelijk dicht.

Is er een reëel gevaar voor een massale sluiting van winkels? Terwijl een stad een beleid voert om het autoverkeer in de binnenstad af te remmen neemt het aantal leveringen door koerierdiensten maar toe. Overal worden pakjes afgeleverd, wetende dat een groot deel ervan terug naar afzender gaat. De consument wordt via internet 24 uur op 24 verleid. Men maakt publiciteit dat de bestellingen vanaf twintig euro gratis aan huis worden geleverd. Maar zelden wordt de vraag gesteld hoe belastend deze vorm van handel is voor ons milieu en stedelijke ruimte.

De vraag is ook hoe de kiemen van een sociale economie gericht op een andere levensattitude, vanuit een bewust rentmeesterschap in

tegenstelling tot exploitatie, een plaats kunnen en zullen krijgen in onze koopcultuur en de stedelijke ruimte.

De klassieke winkel moet zich heruitvinden door veel meer in te spelen op een verhoogde belevingswaarde waarbij het menselijk contact de "primaire grondstof" is waarin moet worden geïnvesteerd, dat kan de e-commerce niet bieden.

Marc Dubois

Januari 2017

### **Verleidelijke vitrines /**

### **700 jaar winkelpuien in Gent**

Guido Everaert, Tamara Rogiest, Sophie Derom, Leen Meganck, Norbert Poulain, Patrick Viaene, Marc Dubois, Dirk Boncquet, Dienst Monumentenzorg en Architectuur Stad Gent en Uitgeverij Snoeck, 2016.