

# Belgische retail biedt vertier én technische

De quick trip van NRW had dit jaar twee mooie Belgische steden als bestemming: Gent en Antwerpen.

**D**e 'quick trip' van de Nederlandse Raad Winkelcentra is een aanrader. Altijd. Deze duurt twee dagen. Eén nacht. En het voelt alsof je een week bent weggeweest. Zoveel indrukken. Zoveel interactie. En zoveel vertier. De quick trip vond dit jaar plaats op 9 en 10 mei. En zoals het een quick trip betaamt, was deze niet zo heel ver van huis. De Vlaamse steden Gent en Antwerpen waren het reisdoel. Dus: de mooiste stad – Gent – én de interessantste stad – Antwerpen – van België werden bezocht. En terecht. Want hoewel bijna ieder van ons wel eens (of vaker) in deze steden is geweest, werd er veel nieuwe informatie geopenbaard. Interessante informatie. Mooie informatie. Essentiële informatie. Topbestemmingen dus. Op anderhalf tot twee uur rijden. Vanuit Amsterdam dichterbij dan Groningen. Of Maastricht. Als de Ring van Antwerpen meezit. Dat dan weer wel.

## GENT, MIDDELEEUWSE SFEREN IN EEN MODERNE ENTOURAGE

Qua omvang kun je Gent het beste vergelijken met Utrecht. Met een kleine 300.000 inwoners. Maar Gent is meer dan dat. Ooit gesticht door de Kelten. Maar groot geworden vanaf de late middeleeuwen door eerst de lakenindustrie (net als Leiden) en later de katoenindustrie. Gent wedijvert wat mij betreft met Brugge. Als het gaat om de mooiste Belgische stad. Maar dan wint Gent. Want Brugge leeft niet. Is een soort Venetië. En Gent leeft wel. Qua historie. Qua heden. Qua toekomst. Qua cultuur. Qua universiteit. Qua studentenleven. En qua winkels en horeca.

Volgens Locatus bedraagt de leegstand in de binnenstad van Gent zo'n 6%. Volgens de stad Gent zelf zo'n 8,5%. Ietwat aan de hoge kant. De Stad Gent – oftewel de gemeente – kent dan ook beleid om leegstand tegen te gaan. Met bijvoorbeeld het concept van 'The Box'. De gemeente huurt een leegstand pand van een belegger voor een aantal jaren. En verhuurt het pand dan – zonder lange huurverplichtingen – door aan een retailer. Soms als pop up. Maar ook vaak leidend tot definitieve vestiging. Dit – en vele andere zaken – kwamen aan het licht tijdens de 'voorstelling' – zo noemen Vlamingen een 'presentatie' -- van de gemeente van hun enthousiaste medewerkers Bart Inghelbrecht en Britta van Velde. Ook de 'schepen' – Vlaams voor 'wethouder' – Sofie Bracke kwam nog even langs voor inspiratie.



De Meir, de centrale winkelstraat in Antwerpen

# goesting, hoogstandjes



Hans van Tellingen  
voor de digitale  
passpiegel

Gent is opgedeeld in zeven sfeergebieden. Handelaars – Vlaams voor ‘winkeliers’ – en gemeente hebben de handen ineen geslagen om Gent qua winkelstad beter op de kaart te zetten. Een initiatief dat ‘PUUR Gent’ is gedoopt<sup>1</sup>. Met succes. Gent biedt het perfecte verblijfsklimaat. Met Goddelijke horeca. Mooie winkelstraten. Zoals de Langemunt. Originele winkels. Zoals ‘The Fallen Angels’ – waarvan de eigenaresse Ganesha als handelaar betrokken is in het business improvement district PUUR Gent –. Prachtig gerenoveerde gebouwen. Zoals ‘De Post’. Met nu onder andere een mooie vestiging van Sissy Boy. Maar óók met stiltegebieden en authentieke winkelstraatjes op de linkeroever.

De ochtend en middag werd afgesloten met een lunch. In het Pakhuis. Een toptent.

## ANTWERPEN: WERELDSTAD

Vervolgens ging de reis door naar Antwerpen. Wereldstad. Echt? Jazeker. Veel meer dan Brussel in ieder geval. Eco-

nomisch gezien veel belangrijker. Vanwege de haven. De industrie. En de diensten. Brussel is en blijft een wat saaie ambtenarenstad.

## RETAIL DETAIL EN OPTICHANNEL

Allereerst werd de ‘Retailhub’ bezocht. Van ‘Retail Detail’. Het bedrijf van Jorg Snoeck. De bekende schrijver over de toekomst van het winkelen. En tevens uitgever van het gelijknamige magazine. Waardoor ik overigens zelf in 2016 ben geïnterviewd.<sup>2</sup> Maar dat terzijde.

De Retailhub is een interessante tentoonstelling van technische hulpmiddelen voor de retail. Projectmanager Annechien Somers liet ons veel zien tijdens haar ‘voorstelling’. Zoals intelligente koelkasten. Die je waarschuwen als de melk bijna op is. En die dan automatisch kan worden bijbesteld. Ook ‘Alexa’ van Amazon kwam voorbij. En dan de nieuwe versie met een videoscherm. Wat ik zelf nog niet kende betrof het ontwerp van platte wijnflessen (mwah..). Die dus door de brievenbus kunnen.



Laatmiddeleeuwse grandeur aan de Graslei in Gent



Het reisgezelschap aan het Belgisch bier





Groepsportret



Maar er was meer. Veel meer. Virtual Reality-hulpmiddelen om je winkel in te richten bijvoorbeeld. Hologrammen die jou welkom heten in de winkel. Het belang van goede belichting kwam voorbij. Dat maakt nogal uit namelijk. Zo kun je een appel er heel appetijtelijk uit laten zien. Maar het tegenovergestelde is ook mogelijk. Verder – uiteraard – is er lang stil gestaan bij digitale spiegels. Die jou verleiden tot een lange kassabon. Want welke schoenen passen goed bij je nieuwe colbert? En welke riem? De spiegel kan dan ook even een foto naar je vriend of vriendin zenden. Dan kan je partner ook zien wat je wil kopen.<sup>3</sup>

Verder veel over efficiëntie. Daar geloof ik zelf ook zeker in. Dat datgene wat je online bekeken hebt al voor je klaar ligt in de winkel. Handig. En kostenbesparend. Bij Retail Detail wordt dit ook wel 'optichannel' genoemd. Gegeten werd er later in Brasserie Appelmans. Mooie tent.

### STADSFJETSTOCHT

De volgende ochtend stond een fietstocht op het programma. Gedeeltelijk in de regen. Maar dat mocht de pret niet drukken. De haven werd bezocht. Tot voor kort tamelijk verloederd. Maar nu omgeturnd tot hotspot. Met dure appartementen. Prachtig gerenoveerde pakhuizen. Waaronder het Entrepotgebouw. En strakke fietspaden en -bruggen. Met her en der een schoonheidsfoutje. Zo is er een fietsbrug waar je de lift moet nemen om er met de fiets te komen. Wel grappig eigenlijk. En door de Vlaamse gids met heerlijk gevoel voor understatement aan ons meegedeeld.

Ook het kazerneterrein in Berchem kwam voorbij. Schoolvoorbeeld van geslaagde herontwikkeling en gentrificatie. Met mooie kaaswinkels en slagerijen. En met de 'De Koninck'-experience. Juist. Het prachtbier van de bekende 'Bollekes'. Inmiddels tevens de brouwer van vele andere merken. Zoals Moortgat.

Lunch was er in het sublieme Black Smoke. Nu ben ik dol op vlees. Maar met deze hoeveelheden kreeg ik het bordje niet leeg.

### RETAILHUNT

's Middags was er dan een 'retailhunt'. Een excursie door de Antwerpse binnenstad. Wederom verricht door Annechien van Retail Detail. Nu kennen de meeste mensen de belangrijkste winkel de Meir. En velen van u ook de bekende Stadsfeestzaal. Ooit prachtig herontwikkeld door Multi. Maar het blijven

---

**Er is een fietsbrug  
waarvoor je de lift  
moet nemen om er  
te komen**

Hans van Tellingen is algemeen directeur van winkelcentrumonderzoeker Strabo bv. [www.strabo.nl](http://www.strabo.nl). Hij is hoofdauteur van *Waarom stenen winkels winnen*, een boek bestaande uit 17 artikelen die eerder in SCN zijn voorgepubliceerd. Reacties?: [vantellingen@strabo.nl](mailto:vantellingen@strabo.nl) / 020-6260817 / Twitter: @hansvantelling

topbestemmingen – met meer dan alleen bekende ketenbedrijven –. Zoals Juttu. Vergelijkbaar met onze winkel ‘Hutspot’.

Antwerpen biedt echter meer. Zoals het gebied rond de Leopoldstraat. Met prachtige winkels. Van hoog niveau. Zoals het – oorspronkelijk Franse – ‘Atelier.na’. Met maatpakken. Gebaseerd op 3d-scans van je lichaam. Of Jewel in a Box. Een – zeker geen goedkope – juwelier met een wat Kijkshopachtige uitstraling. De spullen zitten veilig achter de kluis. En worden getoond op digitale schermen. Ik heb mijn twijfels, moet ik u eerlijk zeggen. Vermeldenswaard was ook LN Knits. Een winkel van de mode-ontwerper Ellen Knight. ‘LN’ is een afkorting van de naam van de ontwerpster Ellen. En ‘Knits’ staat voor de handgebreide kleding van duurzame Alpacawol. Heel mooi. Met als enige nadeel dat er soms ‘ploeskes’ ontstaan (Vlaams voor ‘pluisjes’).

### BEZOEK BELGIË

Het is een heerlijk volk. Het Vlaamse volk. Ze zijn gezellig. Sociaal. Drinken het beste bier. En consumeren het heerlijkste eten. Dat weerspiegelt zich ook in de retail. Horeca en winkel zijn veel meer met elkaar verweven dan bij ons. En eenieder die mij kent, weet hoe ik hierover denk. Ik zie eigenlijk geen verschil tussen horeca en winkel. Hef alle – typisch Nederlandse en bemoeizuchtige – barrières op.

Verder is Vlaams een taalverrijking. En vormt een beter, oorspronkelijker, Nederlands. Zo is de Vlaming niet ‘trots. Maar is hij ‘fier’. Wordt een presentatie ‘voorstelling’ genoemd. Wordt een arts ‘verwittigd’. Wordt een wasserette in combinatie met een café ‘Wasbar’ genoemd. En wordt een akelige genocide in Congo (Koning Leopold was me er eentje destijds) ‘niet proper’ genoemd. Ook worden immigranten betiteld als ‘inwijkelingen’. Tja, eigenlijk zeg ik wat Henk Westbroek en Henk Temming ooit bezongen in 1983: ‘Het taaltje is zo zacht’.

Maar los van de taal. Het was een weergaloze reis. Een reis met veel ‘goesting’. Tot in de puntjes geregeld. Met dank aan Hans van Scheerdijk en Brigit Gerritse van de Nederlandse Raad Winkelcentra. ←

### NOTEN

- 1 [www.youtube.com/watch?v=U7aF3RMY9NE](http://www.youtube.com/watch?v=U7aF3RMY9NE)
- 2 [www.retaildetail.be/nl/news/retaildossier/hans-van-tellingen-strabo-%E2%80%9Cveel-nederlandse-ketens-hebben-lopen-suffen%E2%80%9D](http://www.retaildetail.be/nl/news/retaildossier/hans-van-tellingen-strabo-%E2%80%9Cveel-nederlandse-ketens-hebben-lopen-suffen%E2%80%9D)
- 3 [www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6532280485295476736/?commentUrn=urn%3Ali%3Acomment%3A\(ugcPost%3A6532280484926365696%2C6534383338554212352\)](http://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6532280485295476736/?commentUrn=urn%3Ali%3Acomment%3A(ugcPost%3A6532280484926365696%2C6534383338554212352))
- 4 [retailtrends.nl/item/51226/blurring-hoe-meer-hoe-beter](http://retailtrends.nl/item/51226/blurring-hoe-meer-hoe-beter)

## Jeroen Verwaaijen



### Kappen met die handel!

**H**et kan raar lopen. Zijn we het ene moment druk bezig om Amsterdam wereldwijd te vermarkten, kantoren om te zetten in hotels. Leggen we een Noordzuidlijn aan om ze nog sneller en comfortabeler het centrum in te krijgen. Stimuleren we het aantal congressen in de RAI. Bouwen een prachtige terminal voor cruiseschepen. Allemaal buitengewoon succesvolle operaties. Vervolgens worden we geconfronteerd met overvolle toeristenplekken, wachtrijen bij Anne Frank en het Rijks. Je zou toch denken dat daar vooraf over nagedacht is. Maar niet in Amsterdam. Hier wordt altijd met enige verwondering en vertragen gereageerd op ontwikkelingen die men zelf in gang gezet heeft of vrolijk heeft laten gebeuren.

Van de welkome toerist, de goedmoedige *cash cow* is het beeld gedraaid naar een toeristensunami, een plaag, een bedreiging voor de grachtengordelsamenleving. Iedereen begint opeens te klagen. Waar men vroeger geamuseerd naar een stuntelige toerist op een fiets zat te kijken, begint nu de ergernis en intolerantie al rap op te borrelen.

Datzelfde gevoel heb ik ook bij het invoeren van helmplicht en verbanning van (brom)scooters naar de rijbaan in Amsterdam. Ik heb me er nooit aan geërgerd. Maar als ik nu nog een bromscooter aantreft op mijn fietspad komt er opeens een rode waas voor mijn ogen. Waarom?

**D**oor de continue aandacht voor alle negatieve aspecten van het toerisme en de uitvergroting ervan, ontstaat een beeld van een onleefbare binnenstad. Waar je alleen nog maar souvenirs, Nutellawafels en zwaar overprijsde gevaccineerde Goudakaas kan kopen. En waar je als rechtgeaarde Amsterdammer of Groot-Amsterdammer niets meer te zoeken hebt. Niets is minder waar. 95 procent van de winkels is niet op de toerist gericht en biedt nog steeds een spannend en gevarieerd aanbod. Deze bezoekers worden wel afgeschrikt en blijven steeds vaker weg. En dat leidt tot flinke omzetsdalingen. Resultaat is dat de toerist dan nog dominantier wordt omdat dit de enig overblijvende groep is. En reden voor de toeristenhaters om er nog een schepje bovenop te doen.

Laten we met z'n allen afspreken dat we ophouden met alleen maar negatieve berichtgeving en meer focussen op wat wel leuk, verrassend en vernieuwend is. Dus geen gezeur meer over wanneer Hudson's Bay gaat sluiten, over de overmaat aan Tours & Tickets shops, over golven van zeecruisepassagiers etc. Nee, alleen maar aandacht voor alles wat ondernemend Amsterdam zo leuk en spannend maakt. Doet u mee? ←

### Jeroen Verwaaijen

directeur onderzoek Strabo