



# VIERDEERS

VASTGOED - ADVIES - BEHEER

# Het belang van een gezonde binnenstad

Het belang van een  
sterke binnenstad



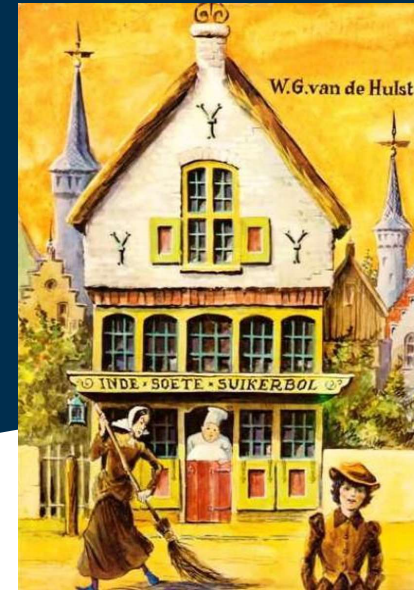
## ONTSTAAN VAN DE WINKEL



MARSKRAMER



MARKT



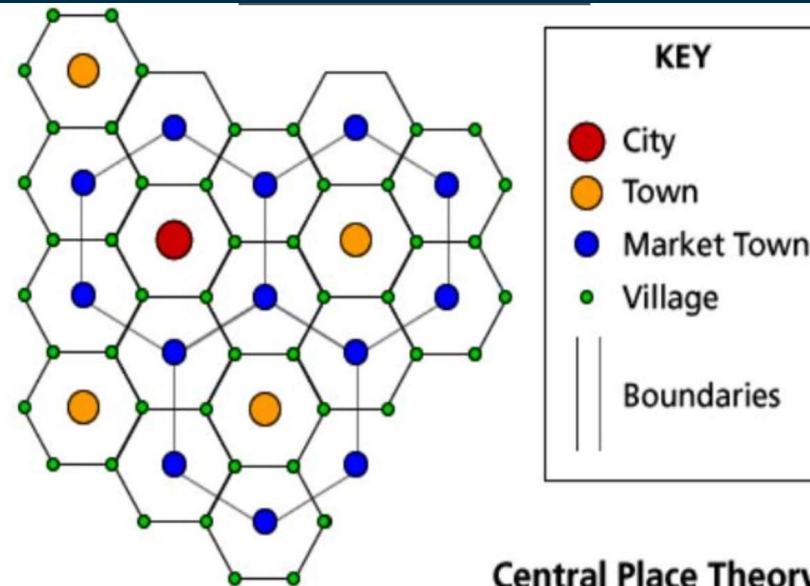
GILDEN

## GROEI BEVOLKING EN WELVAART



“

STEDS MEER  
WINKELS IN  
STEDS MEER  
PLAATSEN



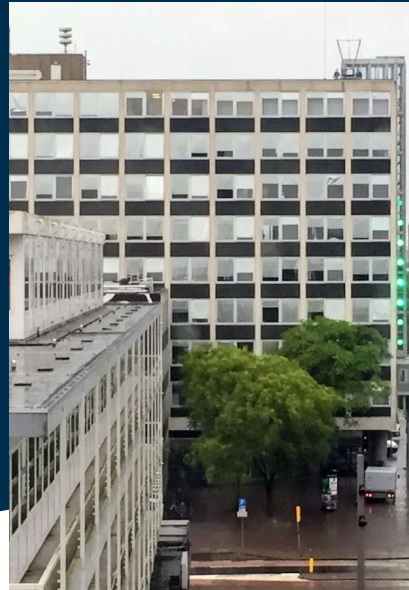
Central Place Theory

DISTRIBUTIE PLANOLOGIE VOLGENS CHRISTALLER

UITPLAATSEN  
PUBLIEKS  
FUNCTIES



STADHUIS



ZIEKENHUIS



AMBACHT

**STEEDS  
MOBIELER EN  
MINDER LOYAAL**



NA 2000:  
AFNEMENDE GROEI  
EN TOENEMENDE  
CONCURRENTIE





## INTERNET



“

## GROTE STEDEN WINNEN

### Omzet winkels in grote steden overtreft opnieuw pre-corona niveau

Retail in grote steden zat de afgelopen jaar in de hoek waar de klappen vielen. Minder dagjesmensen, amper toeristen, gesloten scholen en lege kantoorgebouwen. Het zorgde voor een enorm omzetverlies tot maar liefst 32%. Niets daarvan in 2022. **Dure winkellocaties in centrumsteden** als Amsterdam, Antwerpen, Rotterdam of Gent scoren weer als vanouds.

Ook bij **shoppingcentra** zien we een gelijkaardige trend. Nu de impact van de pandemie afzwakt, lijkt ook hier het grootste omzetverlies voorbij.



WAKE-UP 2015



Aan de slag met de binnenstad!



Retailagenda

## TRANSFORMEREN



Druppel op gloeiende plaat

## HORECA

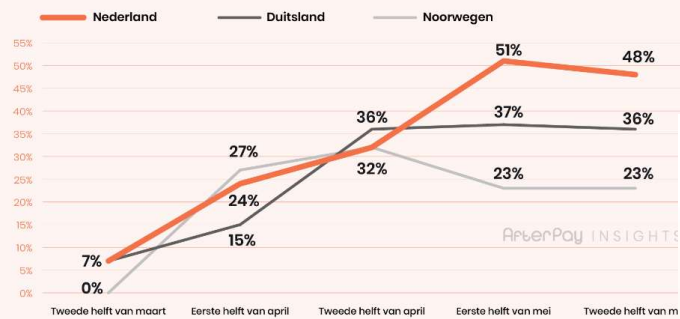


Groei horeca vult lege winkels

# COVID



## Verandering in het aantal aankopen sinds de corona-uitbraak



# koop lokaal

#steundelokaleondernemer

# POST CORONA

- **Grote stad wint**
- **Fragiele economie**
  - **Verdienmodel retail & horeca onder druk**
  - **Woningtekort, maar inzakken nieuwbouw**
  - **Stagnatie dreigt**
- **Thuiswerk**
- **Online kopen**
- **Bezoekersaantallen lager**
- **Voorzieningen dichtbij gewaardeerd, maar....**

# CONSUMENTEN TRENDS

- Behoefte aan herkenbaar en dichtbij,
- maar ook verrassing en “I want it all”
- Consuminderen en verduurzaming
- maar ook value for money en
- Kwaliteit & identiteit
- Quality time
- Authenticiteit & beleving
- Tijdgebrek



# BETEKENIS VOOR BINNENSTEDEN

- **Ontmoeting staat centraal**
- **Aantrekkelijk voor bewoner en bezoeker**
  - **De juiste combinatie (gebiedsprofielen)**
  - **Bijpassende aantrekkelijke omgeving**
  - **Goed bereikbaar**
  - **Groen (duurzaam en klimaatadaptief)**
- **Sturing is nodig (gebiedsprofielen en BBD)**
- **Samen uitvoeren (BBD)**
- **Heldere beleidskaders met samenhang**

