

'Snoeien doet groeien'

Een oude volkswijsheid luidt: snoeien doet groeien. Snoeien voorkomt dat de ene plant gaat woekeren en zorgt ervoor dat andere planten juist uitbundiger gaan bloeien. Ofwel: een aantrekkelijke tuin of productieve boomgaard vraagt om onderhoud. Een combinatie van snoeien, bemesten en van tijd tot tijd zelfs verplanten en aanplanten. Deze volkswijsheid en deze onderhoudsprincipes zijn ook van toepassing op winkelgebieden.

Allereerst: benader een winkelgebied niet als een tuin of een boomgaard. Een horecagebied functioneert anders dan een hoofdwinkelstraat of een aanloopstraat. De combinatie, het samenspel tussen de delen; dat maakt het totaalplaatje. Gebieden waar de economische prestaties achterblijven en waar de leefbaarheid onder druk staat, vragen om een andere aanpak dan gebieden waar stevige passantenstromen zorgen voor (groeïende) interesse van retailers. Hoe verschillend de vraagstukken soms ook zijn, de onderstaande principes zijn vaak te gebruiken:

- **Small, Medium, Large**
Om goed grip te krijgen op de uitdaging, maar ook op ontwikkelkansen, is het belangrijk om op verschillende niveaus te kijken naar kansen. Kijk naar het niveau van het pand, het gebied, de gemeente en zelfs de regio.
- **De biografie als basis**
De levensloop van een winkelgebied geeft zicht op de verhalen over belangrijke plekken, historische figuren en leuke anekdotes. Benut deze in de positionering en promotie van een gebied. Een verhaal verbindt!
- **Mix**
Ondernemers combineren steeds vaker detailhandel, horeca en andere activiteiten. Welke kansen zie jij in jouw gebied? Kijk integraal naar je uitdaging. Welke kansen biedt duurzaamheid? Voor consument, huurder en financier een zeer relevant thema.
- **Doe! En creëer positieve energie**
Echte beweging ontstaat door zichtbare resultaten. Bijvoorbeeld door placemaking waarbij partijen uit het gebied letterlijk aan de slag gaan met hun gebied.



Maar denk ook aan het actief verwijderen van rotte appels en het introduceren (aanplanten) van 'nieuwe bloeiërs'.

- **Formeer een sterk team**

Zoals met een wielervedstrijd is het vaak een kopgroep die 'het spel op de wagen brengt'. Zoek naar kartrekkers die ook bereid en in staat zijn om anderen in het proces mee te nemen. In het begin gaat het om visionairs die kunnen inspireren. Later doeners en doorpakkers. Zorg dat iedereen scherp heeft wat hun rol is. En waar hun inbreng wel en niet nodig is. Vertegenwoordigers van ondernemers, vastgoedeigenaren en overheid vormen de basis. Maar ook een lokale bank, een makelaar, bewoners en zelfs cultuur- en onderwijsinstellingen kunnen ook (op onderdelen) een partner zijn. Stroomlijn het proces en voorkom een 'vergadercircus'.

- **Vier successen**

Transformeren is een taai proces dat tijd kost. Zaken kunnen en mogen veranderen. Denk niet in termen van blauwdruk oplossingen, maar in termen van experimenteren, prototypen en scenario's. Sta stil bij de voortgang die je boekt en neem je partners hier in mee.

*Wilt u meer informatie, neem gerust contact op met John Bardoel:
j.bardoel@seinpost.com of 06 2252 7964*