



Ingezonden

De binnenstad van Harlingen onder de loep

HARLINGEN - In juni 2024 is de 'Visie centrum Harlingen' verschenen. Het vormt de basis voor het gemeentelijk binnenstadsbeleid de komende jaren. De visie weerspiegelt de mode bij veel retailadviseurs. De binnenstad moet groener. De binnenstad moet diverser. De binnenstad wordt steeds meer een bestemming ('place to be') dan een koopcentrum ('place to buy'). Dit zal uitmonden in een binnenstad, ook dat is de huidige mode, die auto's weert en de parkeergelegenheid (zeker die in de Voorstraat) danig zal beperken. Maar is dat wel een goed idee? En zijn de basisuitgangspunten van de centrumvisie wel juist? Zal de binnenstad van Harlingen niet enorm gaan lijden onder het beleid? Zodat de retailomzet fors zal teruglopen? Waardoor de leegstand juist fors zal toenemen? Zodat uiteindelijk de gehele binnenstad, als verblijfsgebied, achteruit zal hollen? De goede bedoelingen, in de vorm van het willen creëren van een aantrekkelijk centrumgebied, zullen dus uitmonden in een gemankeerde binnenstad. Dit als gevolg van het beleid dat op basis van de centrumvisie wordt gevoerd.

TEKST: DRS HANS P. VAN TELLINGEN

Centraal in de centrumvisie staat "Het verminderen van de ruimte voor autoverkeer en parkeren". Begonnen wordt met de zomermaanden juni tot en met september. Van 13.00 tot 22.00 uur wordt de centrale winkelstraat, de Voorstraat, afgesloten voor autoverkeer. Parkeren is dan uiteraard al helemaal niet mogelijk.

Daarbij brengt het 'tijdsslot' ook veel onduidelijkheden met zich mee. Deze afsluiting in de zomermaanden vormt de opmaat naar nog meer auto-onvriendelijke maatregelen die de binnenstad van Harlingen geen goed zullen doen. Zo verdwijnt sowieso al de helft van alle parkeerplaatsen (ook buiten de zomermaanden en ook op de Grote Bredeplaats) en in de toekomst dient gevreesd te worden voor nog meer parkeergelegenheid die zal verdwijnen.

De centrumvisie gaat uit van een toename van internetshoppen en dientengevolge een afname van het winkelareaal van 20 tot 30%. Maar kloppen deze aannames eigenlijk wel? In 2019 werd 90% van alle retailaankopen nog in de stenen winkel verricht. Het onlineaandeel bedroeg dus 10%. In de coronabeleidsjaren



steeg dit naar 15%, om vanaf eind 2021/2022 weer te dalen naar ongeveer 10%. De rek is eruit bij de webshops. Verder is een afname van 20 tot 30% van het retailvloeroppervlak veel te hoog ingeschat.

waarin gesuggereerd wordt dat voetgangers en fietsers meer bijdragen aan de retailomzet dan autobezoekers. En dat is pertinent onjuist. In een navolgend onderzoek van deze organisatie beweren zij dit inmiddels ook niet meer. De feiten zijn dat in binnensteden, dat blijkt uit betrouwbaar en representatief Strabo-onderzoek, gemiddeld genomen 38% van de bezoekers met de auto komt. En dat die bezoekers zijn goed voor 55% van de retailomzet.

Verder wordt in de centrumvisie benoemd dat een van de sterkste punten van de Voorstraat wordt gevormd juist door de aanwezigheid van parkeervoorzieningen. Er wordt zelfs gesuggereerd dat er wellicht te weinig parkeerplaatsen zijn. En dat klopt ook.

Strabo heeft in Harlingen onderzoek hiernaar gedaan in 2020. De uitkomsten logen er niet om en ondersteunen de stelling dat het aantal parkeerplaatsen en autobereikbaarheid minimaal op peil dienen te blijven. In 2020 kwamen wij in ons onderzoek voor Harlingen zelfs tot de conclusie dat er te weinig parkeerplaatsen zijn. Dit vanwege de hoge parkeerdruk, die soms boven de 100% uitkomt. Dat betekent dat de Voorstraat zo vol staat, dat bezoekers ook hun auto parkeren op plekken waar dat niet mag.

Verder scoort Harlingen als een 'gemiddelde' binnenstad, want 37% van de bezoekers komt met de auto en dat is goed voor 54% van de retailomzet. De autobezoekers besteden immers veel meer dan de bezoekers die lopend of fietsend komen.

lijk beschouwt. De Voorstraat zal vervallen tot een rustige straat met minder reuring als het winkelend publiek wordt weggejaagd.

Het beleid zal leiden tot een verzwakking van de concurrentiepositie van de winkels in de Voorstraat en de omliggende straten ten opzichte van alternatieve aankoopplaatsen zoals Kimswerda (Lidl, Plus, Action, Bristol) en de solitaire supermarkten van Poiesz, Aldi en Jumbo, maar óók ten opzichte van anderesteden in de regio. De concurrentie in Harlingen biedt goede bereikbaarheid en voldoende gratis parkeergelegenheid. Dit in een situatie waarin de concurrentiepositie van zowel de Voorstraat, de Grote Bredeplaats als de rest van de Harlinger binnenstad toch al sterk onder druk staat. Ook is op dit moment een kwart van de inwoners van de gemeente 65 jaar of ouder en binnen vijf jaar loopt dit op tot 30%. In de Voorstraat ligt het aandeel bezoekers met een dergelijke leeftijd op 33%. Afsluiting van de straat betekent dat ouderen (en hulpbehoevenden) niet voor de winkels kunnen parkeren en grotere afstanden moeten lopen dan ze willen of kunnen.

Wij pleiten dan ook voor het openhouden van de Voorstraat en Grote Bredeplaats voor autoverkeer en vooral voor de parkeerders. De binnenstad is geen museum, maar dient een vitale plek te zijn waar geconsumeerd moet worden. De binnenstad moet handelsplaats blijven. Juist die handelsplaats wordt met de centrumvisie geen goed gedaan.

Drs. Hans P. van Telling is geograaf en is directeur/eigenaar van Strabo bv, Nederlands marktleder in bezoekers- en consumentenonderzoeken in winkelstraten, winkelcentra en winkelgebieden.

‘De binnenstad is geen museum, maar dient een vitale plek te zijn waar geconsumeerd moet worden’

De waarheid is dat kleinere en middelgrote binnensteden, zoals Harlingen, een lichte afname van een paar procent te zien geven, maar dat het retailvloeroppervlak op andere plekken juist toeneemt. Er zijn nog nooit zoveel verhuurde retailmeters geweest als nu, terwijl landelijk gezien, de retailvoorraad niet daalt. De stellingen dat externe factoren (“retailvoorraad zal fors krimpen en het internetshoppen zal stevig doorgroeien”) de redenen vormen om de Voorstraat voor autoverkeer en parkeren te beperken, worden daarmee niet ondersteund door de feiten.

Ook gaat de visie uit van het onderzoek van Platform Binnenstadsmanagement uit 2024,

Het weghalen van parkeerplaatsen in de Voorstraat is dan ook een slecht idee. In ons onderzoek werd berekend dat het leidt tot een verlies van zo'n 400, voor de omzet ontzettend belangrijke, autoklanten op een gemiddelde zaterdag. Als er parkeerplaatsen worden weggehaald kan het aandeel autobezoekers zomaar met ruim de helft dalen, van bijvoorbeeld 37% naar 15%, en een afname van 22% aan autobezoekers zal leiden tot 32% minder retailomzet. Niets is immers meer van invloed op de besteding dan de vervoerswijze.

Het beleid leidt tot een toename van de loopafstand van parkeerlocatie tot de winkels hetgeen de consument als (zeer) onaantrekke-

