

Doorgaande weg of winkelstraat

AUTEURS & FOTOGRAFIE GILBERT BAL & VERONIQUE SCHUTJENS

In veel dorpen vervult de belangrijkste straat twee functies: doorgaande route voor autoverkeer en winkelstraat. Zo ook in Oostkapelle. Kunnen die functies wel samengaan? Men is het er niet over eens.

Het veranderen van doorgaande autoroutes in voetgangersgebieden, autovrije zones, zorgt vooral in kleine dorpskernen voor veel commotie. Volgens de onderzoeker Monheim is de problematiek in dorpen heel anders dan in steden. In steden leidt een besluit tot een autovrij winkelgebied nauwelijks tot weerstand, mits de parkeergelegenheid rondom zo'n gebied goed geregeld is. Consumenten bezoeken een stad vaak om recreatief te winkelen en de aanwezigheid van auto's is daarbij hinderlijk. Dorpen beschikken niet over de aantrekkingskracht van steden, waardoor ondernemers bang zijn dat geen autoverkeer geen handel betekent. Dit is ook het geval in Oostkapelle, één van de kernen in de Nederlandse gemeente Veere. Een afsluiting van de Dorpsstraat – de belangrijkste winkelstraat van Oostkapelle

– voor autoverkeer heeft vanzelfsprekend consequenties voor zowel consumenten als ondernemers. De meningen van de Oostkapelse ondernemers over deze consequenties zijn sterk verdeeld. Sommige ondernemers zien een afsluiting als een kans om hun omzet te vergroten. Anderen zien het juist als een maatregel die hun omzet negatief zal beïnvloeden. In Oostkapelle wordt daarom al enkele jaren een felle discussie gevoerd over de toekomst van de Dorpsstraat.

In dit artikel staat de vraag centraal of geen autoverkeer écht geen handel betekent voor ondernemers in een kleine dorpskern. In vier met Oostkapelle vergelijkbare kernen waar recentelijk een afsluiting voor autoverkeer heeft plaatsgevonden, Brielle, Oostburg, Ouddorp en Zoutelande, zijn beleidsmakers en ondernemers geïnterviewd over hun ervaringen. Hierdoor is het mogelijk om de verwachtingen in Oostkapelle en ervaringen in vier andere dorpen met elkaar te confronteren. Eerst wordt echter kort ingegaan op de theorie over koopgedrag en strategie van ondernemers. Afsluitend wordt ingegaan op het voorwaardenschepend beleid van een lokale overheid om een afsluiting succesvol te maken.

Ondernemer en strategie

Het koopgedrag van consumenten wordt voornamelijk bepaald door de bereikbaarheid en de attractiviteit van een winkelgebied. Bij afsluiting van een winkelstraat voor autoverkeer veranderen beide aspecten. De bereikbaarheid neemt af, terwijl de attractiviteit toeneemt. Het koopgedrag van de consumenten zal dus ook veranderen, wat weerslag heeft op de bedrijfsomzet.

Echter, een ondernemer kan de gevolgen van een verandering in zijn bedrijfsomgeving met strategieën beïnvloeden. Vaessen onderscheidt vier strategieën die ten

aan zien van de omgeving kunnen worden gevolgd: immunisatie, adaptatie, manipulatie en utilisatie. Een ondernemer die een immunisatiestrategie volgt, maakt zich immuun voor zijn bedrijfsomgeving en zal bij een verandering in de omgeving zijn bedrijfsvoering niet veranderen. Een ondernemer die een adaptatiestrategie volgt, zal dit juist wél doen. Een dergelijke ondernemer voegt zich naar de veranderingen in de omgeving. Manipulatie houdt in dat een ondernemer actief de bedrijfsomgeving probeert te veranderen. Wanneer de omgeving verandert, zal een ondernemer die een dergelijke strategie volgt, deze verandering proberen tegen te gaan of juist te versterken. Een ondernemer die een utilisatiestrategie volgt, maakt gebruik van de bedrijfsomgeving om de prestaties van het bedrijf te vergroten. Hij zal daarom veranderingen in de omgeving van zijn bedrijf optimaal proberen te benutten.

Vaessen concludeerde in zijn studie naar ondernemersgedrag in verschillende omgevingen dat ondernemers die een actieve strategie volgen, nadelen van de omgeving kunnen compenseren of zelfs overcompenseren. In het geval van een afsluiting van een winkelstraat voor autoverkeer zou dit inhouden dat een actieve strategie bepaalt in welke mate een afsluiting positief of negatief voor een ondernemer uitvalt.

Om te onderzoeken welke strategieën de Oostkapelse ondernemers bij een afsluiting zullen gaan volgen, is de indeling van Vaessen geoperationaliseerd naar strategieën die ondernemers vaak bij een afsluiting van een winkelstraat voor autoverkeer volgen. Hoewel Vaessen in zijn studie geen van de vier strategieën expliciet een actieve dan wel passieve strategie noemt, zijn in het onderzoek van Bal uit 2005 de immunisatie- en adaptatiestrategie als passieve strategieën



en de manipulatie- en utilisatiestrategie als actieve strategieën geïnterpreteerd.

Ondernemers afwachtend

In Oostkapelle is in het voorjaar van 2004 onder de consumenten een enquête uitgevoerd waarmee werd nagegaan hoe zij kenmerken van de Dorpsstraat waardeerden. Uit de resultaten van deze enquête (gehouden onder 53 mensen) bleek dat de consumenten in de toekomst graag de veiligheid, mogelijkheden tot fietsenstalling, wandelruimte en gezelligheid in de Dorpsstraat verbeterd zouden willen zien. Daarnaast bleken deze consumenten het aantal parkeerplaatsen in de Dorpsstraat niet belangrijk te vinden. De resultaten van deze waarderingsenquête gaven hiermee in feite groen licht aan een besluit tot een eventuele afsluiting van de Dorpsstraat voor autoverkeer.

De Oostkapelse ondernemers, waarvan er in totaal twintig zijn geïnterviewd, waren veel meer verdeeld. Zij maakten het onderscheid tussen een seizoensgebonden afsluiting en een afsluiting gedurende het gehele jaar. Bij een seizoensgebonden afsluiting verwachtten vier van de veertien ondervraagde ondernemers uit de Dorpsstraat een omzetsijging, drie een omzetzaling en zes geen verandering in de omzet. Eén ondernemer kon de gevolgen niet inschatten. Wanneer er wordt besloten de Dorpsstraat gedurende het gehele jaar af te sluiten voor

autoverkeer, verwachtten tien van deze veertien ondernemers een omzetzaling. Een dergelijk besluit zou dus tot weerstand leiden.

Echter, ook een seizoensgebonden afsluiting leidt tot meer weerstand dan op basis van bovenstaande gegevens verwacht kan worden. Zes van de veertien aan de Dorpsstraat gevestigde ondernemers maakten in de interviews namelijk duidelijk een dergelijke afsluiting te zullen aanvechten. Kennelijk spelen voor deze ondernemers ook andere factoren dan omzet een rol. Een veelgenoemd argument is solidariteit met andere ondernemers, die volgens de respondenten na een afsluiting met een omzetzaling te maken zullen krijgen.

Ervaringen in andere dorpen

Om zicht te krijgen op de gevolgen van een afsluiting van de Dorpsstraat voor autoverkeer, is een evaluatie gemaakt van de afsluiting van een soortgelijke winkelstraat in vier dorpen, waar dit minder dan vijf jaar geleden daadwerkelijk heeft plaatsgevonden. In Brielle, Oostburg, Ouddorp en Zoutelande waren deze gevolgen soms verschillend, maar bestaan er veel overeenkomsten in de ervaringen van ondernemers, consumenten én beleidsmakers. Uit de gesprekken met drie beleidsmakers en negentien ondernemers bleek bijvoorbeeld dat de afsluiting van een winkelstraat voor autoverkeer door toeristen in het algemeen

erg wordt gewaardeerd. Plaatselijke consumenten zijn tamelijk gematigd in hun reacties, hoewel onder hen zowel voor- als tegenstanders zijn. Bij ondernemers is dit ook het geval, maar hun reactie is veel feller. Voor beleidsmakers is het daarom in alle vier de (kleine) kernen lastig gebleken om de hoofdwinkelstraat voor autoverkeer af te sluiten.

In de kernen waar eerder een afsluiting van een winkelstraat voor autoverkeer heeft plaatsgevonden, is volgens de respondenten het koopgedrag wel degelijk veranderd. Zo vonden er na de afsluiting minder incidentele bezoeken aan de ondernemingen plaats. De consumenten die de voor autoverkeer afgesloten winkelstraat echter wél bezochten, bezochten deze over het algemeen langer. De afgesloten winkelstraten kregen daarmee meer een verblijfsfunctie.

De variatie in de interviews met de ondernemers in Brielle, Oostburg, Ouddorp en Zoutelande maakte duidelijk dat veranderend koopgedrag vaak heel verschillende uitwerkingen op de omzet van ondernemers heeft gehad. Zo kregen ondernemers die dagelijkse goederen verkochten na de afsluiting relatief vaak met een omzetzaling te maken. Zeker wanneer zij een concurrent buiten de voor autoverkeer afgesloten winkelstraat hadden. Deze concurrent werd dan meer bezocht door mensen die eventjes boodschappen met de auto wilden doen.

Echter, horecaondernemers profiteerden juist vaak wel van de afsluiting (omzetsijging). Doordat consumenten de voor autoverkeer afgesloten winkelstraten over het algemeen langer bezochten, kregen ze ook meer behoefte om ergens even te gaan zitten. Een café met terras blijkt dan uiterst geschikt. Daarnaast konden de horecaondernemers vaak hun terras uitbreiden, waarmee zij als het ware ook hun verkoopoppervlakte vergrootten. Voor winkels voor niet-dagelijkse goederen en supermarkten veranderde er bij de afsluiting van de winkelstraat voor autoverkeer vaak niet veel. Wanneer er in een kern voldoende parkeergelegenheid was en de winkels dus goed bereikbaar bleven voor consumenten, bleef de omzet van deze ondernemers na de afsluiting ongeveer op peil.

Utilisatiestrategie succesvol

De meeste ondernemers uit Brielle, Oostburg, Ouddorp en Zoutelande bleken na de afsluiting van hun winkelstraat voor autoverkeer hun bedrijfsvoering te heb-

ben aangepast aan de veranderingen in het consumentgedrag (adaptatie). Andere ondernemers gingen op exact dezelfde voet verder als voor de afsluiting (immunisatie). De meerderheid van de ondernemers volgde dus een passieve strategie.

Er waren echter ook ondernemers die een meer actieve strategie volgden. Enkelenvochten de afsluiting aan (manipulatie) en enkelen investeerden vooraf om de kansen die een afsluiting voor hen bood, zo optimaal mogelijk te benutten (utilisatie). Veel passieve ondernemers vertelden dat zij waarschijnlijk een actievere strategie hadden gevolgd, wanneer zij de gevolgen van een afsluiting van te voren hadden kunnen overzien.

Een voorbeeld van een actieve strategie die loont, is het samenwerken met andere ondernemers. Hoewel de samenwerking in de vier onderzochte kernen al sterk was voor de afsluiting, is deze na de afsluiting nog sterker geworden. Dit komt vooral tot uiting in het organiseren van evenementen, die in een afgesloten straat veel mensen trekken. Ook een terras vergroten, het assortiment aanpassen, kraampjes voor de winkel openen en folders maken, zijn voorbeelden van activiteiten die ondernemers kunnen ontplooiën om de afsluiting van een winkelstraat voor autoverkeer tot een succes te maken.

De rol van de gemeente

Uit de ervaringen van ondernemers in de vier kernen waar recentelijk een afsluiting van een winkelstraat voor autoverkeer heeft plaatsgevonden, blijkt dus dat een actieve strategie loont. Horecaondernemers willen graag de mogelijkheid hebben om hun terras te vergroten en winkeliers willen via kraampjes extra goederen of voedsel kunnen aanbieden. De gemeente moet hiervoor echter wel mogelijkheden bieden. In Zoutelande kregen ondernemers de kans om drie meter – vanuit de winkel gemeten – te benutten als extra verkoopoppervlakte. Hiermee kregen deze ondernemers niet alleen de gelegenheid om gebruik te maken van de afsluiting, de straat werd er ook gezelliger door. Wat dat betreft sneed het mes aan twee kanten.

In Ouddorp is de afsluiting voor autoverkeer eerst twee jaar op proef geweest. Het eerste jaar veranderde er aan de situatie vrijwel niets. De straat werd alleen met behulp van borden afgesloten voor autoverkeer. In het tweede jaar werd de straat echter ook fysiek afgesloten met hekken en kregen

ondernemers de gelegenheid om de extra ruimte te benutten. Dit tweede jaar werd volgens de gemeente in tegenstelling tot het eerste jaar wél een succes. De gemeente kan via het wijzigen van een bestemmingsplan het ondernemers dus mogelijk maken om een afsluiting van een winkelstraat voor autoverkeer zo optimaal mogelijk te benutten.

Een andere voorwaarde voor een succesvolle afsluiting is snel en liefst pro-actief beleid ten aanzien van de inrichting van de straat. Uit de ervaringen in Brielle bleek dat pas zo'n vier jaar na het besluit tot de afsluiting er weer een min of meer stabiel koopgedrag ontstond. Een goede aanpak had deze aanpassingsperiode volgens enkele ondernemers sterk kunnen verkorten. Doordat de straat echter pas na drie jaar werd geherstructureerd en de parkeerplaatsen rondom de winkelstraat nog altijd niet voldoende zijn, heeft de aanpassingsperiode vrij lang geduurd. In Oostburg is de straat eerst geherstructureerd alvorens zij werd afgesloten. In deze kern heeft de aanpassingsperiode relatief kort geduurd.

De vraag in dit artikel was of geen autoverkeer écht geen handel zal betekenen in een klein dorp. Uit theorie en empirisch onderzoek bleek dat een afsluiting van de Dorpsstraat voor autoverkeer het koopgedrag zal beïnvloeden door de veranderende bereikbaarheid en attractiviteit. De gevolgen voor bedrijven zijn echter afhankelijk van de strategieën die ondernemers volgen. In het onderzoek van Vaessen bleek dat een actieve strategie nadelen van de omgeving kan compenseren. In Brielle, Oostburg, Ouddorp en Zoutelande werden de bevindingen van Vaessen bevestigd. Ondernemers die bij de afsluiting van de winkelstraat voor autoverkeer een passieve strategie volgden, vertelden namelijk dat zij een meer actieve strategie hadden gevolgd als zij van te voren de gevolgen van de afsluiting hadden kunnen overzien. Er ligt volgens deze 'ervaren' ondernemers echter ook een taak voor de gemeente. Het neerzetten van een verkeersbord met een inrijverbod voor auto's is onvoldoende. "Geef ook de ondernemers de kans om de afsluiting tijdig te benutten," aldus een van de ondernemers. Daarnaast zal snel en pro-actief beleid ten aanzien van de inrichting van de winkelstraat hoogstwaarschijnlijk tot positieve reacties van consumenten én ondernemers leiden.

We verwachten dat ook in andere kleine

kernen waarin een afsluiting van een winkelstraat voor autoverkeer op de agenda staat, een actieve strategie van ondernemers en pro-actief beleid van de gemeente positieve effecten kan hebben. Hoewel een afsluiting van een winkelstraat voor autoverkeer vaak tot veel commotie leidt en daarom wordt tegengehouden, heeft een evaluatie daarvan in vier kleine kernen aangetoond dat er wel degelijk handel mogelijk blijft.

Gilbert Bal is in juni 2005 afgestudeerd in economische geografie bij de Faculteit Geowetenschappen van de Universiteit Utrecht en Veronique Schutjens is werkzaam bij diezelfde faculteit als docent-onderzoeker economische geografie. Dit artikel is gebaseerd op het scriptieonderzoek van Bal.

Literatuurselectie

- Bal, G.J. (2005) Een afsluiting van een winkelstraat; Positief of Negatief voor ondernemers?! Doctoraalscriptie Economische Geografie. Faculteit Geowetenschappen Universiteit Utrecht: Utrecht.
- Brown, S. (1992) Retail location: a micro-scale perspective. Avebury: Aldershot.
- Monheim, R. (1997) "Autofreie" Innenstädte – Gefahr oder Chance für den Handel? Abteilung Angewandte Stadtgeographie Institut für Geowissenschaften: Bayreuth.
- Monheim, R. (2000) Fußgängerbereiche in deutschen Innenstädten. Entwicklungen und Konzepte zwischen Interessen, Leilbildern und Lebensstillen. Geographische Rundschau, 52, pp. 40–46.
- Rosenbrand, M.E., F.R. Dirks & J. Meijgaard (2003) Kansrijker door Samenwerking; Kenmerken en resultaten van samenwerking door kleine ondernemingen. EIM: Zoetermeer.
- Storey, D.J. (1997) Understanding the small business sector. International Thomson Business Press: London.
- Vaessen, P.M.M. (1993) Small business growth in contrasting environments. KNAG: Utrecht.