Samen verder met lokale retail

Uitgebreide samenvatting middagprogramma | Caldas da Rainha | 24 november 2026

Rebecca Wolfs, Jesse Markus en Jeroen Roose-van Leijden namen namens gemeente Utrecht en Centrummanagement Utrecht online deel aan het forum. Het middagprogramma ging over de toekomst van lokale winkels en markten, hun sociale betekenis en de start van het European Cities for Small Retail Network.

1. Winkels en markten als onderdeel van de gemeenschap

Lokale handel verbindt economie, cultuur, werkgelegenheid en dagelijks contact. Winkels en markten zijn ook ontmoetingsplekken en dragers van herinneringen en identiteit. De centrale vraag was hoe gemeenten, ondernemersverenigingen en ondernemers samen deze waarde kunnen behouden en versterken. Investeringen in openbare ruimte en gebouwen werken pas goed als ze aansluiten bij de mensen die het gebied gebruiken.

Barcelona: de eigenheid van La Boqueria beschermen

Òscar Ubide i Marcet, manager van de ondernemersvereniging van La Boqueria, beschreef de spanning tussen een markt voor bewoners en een toeristische trekpleister. Hij noemde circa 25 miljoen marktbezoeken per jaar en ongeveer 80.000 bezoekers op een openingsdag. Op sommige dagen bestaat het publiek volgens hem voor 80% uit toeristen.

Veel ondernemers stoppen zonder opvolger. Nieuwe exploitanten richten zich vaker op afhaalproducten voor bezoekers. Daardoor staat het traditionele aanbod onder druk. Na overleg met de gemeente is een afspraak gemaakt dat 50% van de producten traditioneel moet zijn, naast vernieuwing van gebouw en infrastructuur. Volgens Ubide stemde 91% van de handelaren voor. De gemeente moet toezien op de naleving; de ondernemersvereniging kan dit niet zelf afdwingen.

La Boqueria investeert ook in voedselcultuur en educatie. De kook- en voedselschool bestaat al 24 jaar. Ubide noemde ruim 1.500 activiteiten in 300 openingsdagen voor kinderen, volwassenen en ouderen. Zijn oproep: gebruik sociale media om uit te leggen waarom lokale producten en markten belangrijk zijn. Maak een marktbezoek een ervaring, verbonden met een bezoek aan het centrum.

Portugal: eerst begrijpen waarom bezoekers wegblijven

Beatriz Catarino van SIMAB lichtte het netwerk I Like My Market toe, waarbij ongeveer 100 Portugese steden zijn aangesloten. Veranderde werktijden, beperkte bereikbaarheid en parkeermogelijkheden, concurrentie, vergrijzing van handelaren en oncomfortabele gebouwen kunnen markten verzwakken. Hun kracht blijft het persoonlijke contact met verkopers en producenten en kennis over de herkomst van producten.

Begin niet automatisch met verbouwen, maar onderzoek waarom mensen niet meer komen. Het marktplan van Oeiras werd genoemd als voorbeeld van een brede aanpak. Praktische verbeteringen zijn passende openingstijden, digitaal betalen, professioneel marktmanagement en ruimte voor andere activiteiten. Een markt kan buiten verkooptijden ook plaats bieden aan sport, concerten en bijeenkomsten. In dit verband werd MM2030 genoemd, met ondersteuning tot €100.000 voor gemeenten. Dit werd als Portugese mogelijkheid besproken.

Stichting Centrum Management Utrecht | Postbus 506, 3500 AM Utrecht
info@cmutrecht.nl | www.cmutrecht.nl | 06-39719777

Praktijklessen uit de steden

Braga: samenhang tussen handel, toerisme en de 24-uurseconomie

João Machado, gemeentelijk directeur voor economische ontwikkeling, toerisme en duurzaamheid, vertelde over ruim 1.750 winkels in het historische centrum en een groot voetgangersgebied. De ondernemersvereniging vormt een brug tussen ondernemers en gemeente. Braga wil bezoekers duurzaam aantrekken en tegelijk de kwaliteit van het centrum verbeteren. Voor 2027 zijn meer dan 400 extra bomen voorzien. Hoge huren blijven een knelpunt voor winkeliers, die vaak geen eigenaar van hun pand zijn.

Braga wil voortbouwen op Braga After Dark. De nacht gaat daarbij ook over ziekenhuispersoneel, diensten en kinderopvang met ruimere openingstijden. Voor het eerste kwartaal van 2027 is een strategische raad voorzien die naar de hele 24-uurscyclus kijkt. Daarnaast telt Braga 58 historische winkels. Samen met andere gemeenten zoekt de stad naar regels om deze te behouden. Een vaste activiteitenagenda en voorzieningen zoals Forum Braga en de Arena moeten bezoek beter over het jaar spreiden.

Fuenlabrada: ondernemers als partners in de ontwikkeling van de stad

Javier Bokesa, wethouder voor economische ontwikkeling, werkgelegenheid en handel, benaderde retail als onderdeel van een samenhangend lokaal netwerk. Het centrum voor werkgelegenheid, scholing en ondernemerschap CIFE huisvest ook het team dat rechtstreeks met winkeliers op straat werkt. De gemeente ondersteunt programma's van drie ondernemersverenigingen, waaronder kerstcampagnes, gastronomische evenementen en een digitale beurs. Ondernemers helpen zo zelf bepalen wat nodig is.

Bij het open winkelgebied bleek na aanpassingen voor voetgangers dat nog een herkenbare eigenheid ontbrak. Fuenlabrada werkt daarom stapsgewijs aan bewegwijzering, schaduw en zitplekken, met inbreng van ondernemers. Ook de meer dan 50 muurschilderingen van het Museum of Urban Art worden via routes aan het winkelgebied verbonden. CIFE helpt daarnaast bij bedrijfsopvolging. Nieuwe ondernemers, onder wie mensen met een migratieachtergrond, kunnen bestaande bedrijven voortzetten.

Caldas da Rainha: beginnen bij mensen, daarna digitaliseren

Sara Lopes Franco, manager van het digitale winkelgebied Bairro Comercial Caldas da Rainh@, benadrukte het verschil tussen een aanpak voor en een aanpak met ondernemers. Een adviesgroep hielp de gezamenlijke koers bepalen en moet verder worden uitgebreid. Persoonlijke relaties en de eigenheid van de stad vormen het vertrekpunt; digitale middelen ondersteunen die.

Veel winkeliers doen alles zelf: openen, verkopen, schoonmaken, administratie en sluiten. Training en praktische ondersteuning zijn daarom belangrijk. Financiering maakte de eerste digitale voorzieningen mogelijk, maar blijvend resultaat vraagt om voortdurend contact en betrokkenheid. Ook consumenten moeten begrijpen wat lokaal kopen voor hun omgeving betekent. Bij jongeren is het belangrijk een gevoel van verbondenheid en trots op de eigen stad te ontwikkelen.

2. Van titeljaar naar blijvende samenwerking

Caldas da Rainha lichtte toe dat de ECoSR-titel een startpunt voor verdere samenwerking moet zijn. Tijdens een uitwisseling met Braga en Fuenlabrada in juni ontstond het idee voor een jaarlijks forum. Dat groeide uit tot het voorstel voor een Europees netwerk. De steden verschillen in omvang, cultuur en identiteit, maar delen vragen over consumentengedrag, digitalisering, opvolging, leegstand, veiligheid en financiering.

Stichting Centrum Management Utrecht | Postbus 506, 3500 AM Utrecht
info@cmutrecht.nl | www.cmutrecht.nl | 06-39719777

De start van het Europese netwerk

3. Reacties en bijdragen van de steden

Utrecht

Jeroen Roose-van Leijden en Rebecca Wolfs benadrukten dat kleine winkels het centrum karakter geven, werk bieden en mensen verbinden. De uitwisseling met Barcelona en Zaragoza leverde nieuwe ideeën en contacten op. Utrecht wil als founding member daarop voortbouwen met alle negen steden. De kennisdeling moet leiden tot praktische verbeteringen voor ondernemers en centrumgebieden. Daarbij hoort ook eerlijk delen wat moeilijk gaat.

Silandro/Schlanders

Projectcoördinator Thomas Schuster stelde dat één stad problemen als bedrijfsopvolging en leegstand niet alleen kan oplossen. Silandro brengt de Schlanders Declaration in, met zeven principes, waaronder lokale retail als publieke infrastructuur. Be the Next Boss brengt stoppende winkeliers en mogelijke jonge opvolgers bij elkaar voordat een winkel sluit. Zijn oproep was het netwerk praktisch en actief te houden, bruikbaar voor kleine én grote steden.

Makarska en Silla

Burgemeester Zoran Paunović van Makarska benadrukte dat het historische centrum een plek is om te wonen, te ontmoeten en te ondernemen. De stad wil levendige winkelstraten gedurende het hele jaar, niet alleen in de zomer. Kennis en ervaringen delen is daarvoor belangrijk. Silla sprak de wens uit actief samen te werken aan lokaal kopen, ondernemersondersteuning en nieuwe projecten. Digitalisering, veranderend koopgedrag, opvolging en concurrentie van grote aanbieders werden als gedeelde uitdagingen genoemd.

Barcelona, Braga en Fuenlabrada

Barcelona benadrukte bij de start dat het netwerk een gemeenschap van steden vormt die lokale handel een sterkere Europese stem wil geven. Winkeliers zorgen voor economische activiteit, relaties, eigenheid en sociale samenhang. Braga bedankte Caldas da Rainha voor de extra impuls aan Europese samenwerking; de opname eindigt tijdens deze slotbijdrage. Fuenlabrada onderstreepte eerder in het panel de waarde van het nieuwe netwerk voor kennisdeling, vergelijking van aanpakken en samenwerking met andere steden.

4. Toelichting van Caldas da Rainha en vervolgstappen

De intentieverklaring is juridisch niet bindend en is nog niet het toekomstige pact. De ondertekening spreekt de bereidheid uit om samen de uitgangspunten, doelen, prioriteiten en werkwijze te bepalen. Dat moet in 2027 leiden tot een European Cities for Small Retail Pact. Caldas da Rainha coördineert de eerste fase. Elke stad wijst een vertegenwoordiger en contactpersoon aan en kan gemeente, ondernemersorganisaties, bedrijven, universiteiten en andere partners betrekken.

Voorgesteld zijn een jaarlijks forum, bij voorkeur hybride, kennisuitwisseling en gezamenlijke initiatieven voor Europese financiering. Later kunnen ook steden uit de ECoSR-editie 2027 aansluiten. Engels wordt de werktaal; de verklaring heeft ook een Portugese versie. Ondertekenen kan digitaal. Barcelona, Braga en Caldas da Rainha tekenden op het podium; online deelnemers hadden al digitaal kunnen tekenen.

De negen steden uit de eerste editie vormen de beoogde basis: Barcelona, Zaragoza, Utrecht, Caldas da Rainha, Braga, Fuenlabrada, Silandro/Schlanders, Makarska en Silla. Tijdens de toelichting werden acht deelnemende steden genoemd. Een afzonderlijke bijdrage van Zaragoza is in de opname niet terug te horen.

Vervolg voor Utrecht. Een belangrijk leerpunt is hoe we de sociale rol van ondernemers als sociaal weefsel van het centrum beter zichtbaar maken. De ervaringen van Barcelona en Zaragoza en de principes van Silandro bieden aanknopingspunten om dit samen verder uit te werken.

Stichting Centrum Management Utrecht | Postbus 506, 3500 AM Utrecht
info@cmutrecht.nl | www.cmutrecht.nl | 06-39719777