

De verrassing van Twente: vijf goede redenen om in de Almelose binnenstad te investeren

Gert-Jan Hospers, 8 oktober 2018

Inleiding: van beelden naar feiten

Er zijn maar weinig steden waarvan het imago zo hardnekkig is als dat van Almelo. Als buitenstaanders al niet verwijzen naar de grap van Herman Finkers ('Eén stoplicht springt op rood, een ander weer op groen, in Almelo is altijd wat te doen'), dan hebben ze wel over de leegstand in het centrumgebied en komen ze met obligate adviezen hoe de situatie verbeterd kan worden. In het krantenbericht 'Winkelstad Enschede op eenzame hoogte' (Tubantia, 2018b) komt bijvoorbeeld een Enschedese bedrijfsmakelaar aan het woord. Na vastgesteld te hebben dat Almelo grote problemen heeft met leegstand, adviseert hij het winkelgebied compacter te maken. Tsja, dat is gemakkelijker gezegd dan gedaan, zeker als je bedenkt dat de Grotestraat en Oranjestraat in Almelo samen 1,6 kilometer tellen, langer dan bijvoorbeeld de Amsterdamse Kalverstraat (1 km) of de Lijnbaan, Beurs en Hoogstraat in Rotterdam (1,2 km) (SITE, 2018). Soms vraag je je af of mensen nog wel onbevooroordeeld naar Almelo kunnen kijken. In dit essay doen we daartoe een poging en geven we vijf argumenten waarom we denken dat de Almelose binnenstad potentie heeft, nu en in de toekomst.

1) Identiteit: karakter in plaats van karaoke

Binnensteden zijn steeds meer op elkaar gaan lijken. Overal vind je de Kruidvat, Specsavers en Délifrance. Op zich is die homogenisering geen probleem: veel steden in ons land hebben een regionale functie en concurreren niet op nationale schaal. Tegelijkertijd geldt voor middelgrote steden dat ze door een weinig onderscheidend winkelaanbod klanten kunnen verliezen aan grotere steden in de buurt waar nog meer en bekendere winkels te vinden zijn. Zo is op Twentse schaal Enschede met zijn ruime winkelaanbod een rivaal van Almelo, althans voor sommige niet-dagelijkse aankopen. Om bezoekers vast te houden en nieuw publiek aan te trekken, doen binnensteden er daarom goed aan hun 'unique selling point' te zoeken en dat te promoten (Hospers, 2011). Naast een icoon of attractie zijn er andere

publiekstrekkingen denkbaar, zoals gratis parkeren, barrière vrije voorzieningen of iets anders waar een deel van de consumenten baat bij heeft. Het is helemaal mooi als dat uithangbord ook nog iets zegt over de stad in kwestie en dus past bij de lokale identiteit.

Wat is de identiteit van Almelo? Het is niet eenvoudig om stedelijk DNA te duiden. Een stad is vele steden: hij heeft niet één identiteit, maar meerdere identiteiten. Dat geldt ook voor Almelo. Voor Almeloërs zelf is de stad het decor van hun dagelijks leven en de thuisbasis van hun geliefde Heracles, terwijl lokale politici wellicht wijzen op de transformatie van Almelo van textielstad tot waterstad. Ondernemers roemen het vitale bedrijfsleven en de vele evenementen die er worden georganiseerd. Op hun beurt zullen toeristen Huize Almelo, Preston Palace en het Theaterhotel noemen. Toch is er in al die variatie wel iets te vinden dat Almelo als geheel typeert. De Duitse sociologe Martina Löw (2008) heeft het over de ‘stedelijke eigenlogica’: het geheel van zichtbare en onzichtbare structuren en alledaagse uitdrukkingen die een stad en zijn bevolking uniciteit verlenen. Belangrijke elementen zijn het lokale erfgoed, de sfeer in de stad en de mentaliteit van de inwoners. Kijken we naar het Almeloërs erfgoed, dan springen het water (waarover later meer), het textielverleden, Huize Almelo en het grote aantal pleinen in de stad meteen in het oog. Qua sfeer is Almelo in stadsgesprekken, werksessies en studies wel omschreven als ‘gastvrij’, ‘verrassend’, ‘puur’ en ‘dichtbij’ (SITE, 2018). Treffende typeringen in dit verband zijn ‘persoonlijk’, ‘eigenzinnig’, ‘groot dorp’ en ‘familie stad’. In Almelo vind je nog de menselijke maat en tevens de creativiteit die de basis vormt van talloze kleinschalige initiatieven, variërend van de vele speciaalzaken en evenementen tot kunstobjecten in de openbare ruimte.

In het verleden heeft Almelo zich nogal eens gespiegeld aan de omliggende steden. Vooral Enschede, eveneens een voormalige textielstad, werd beschouwd als een referentiekader en streefbeeld. Gelukkig is in Almelo geleidelijk het besef gegroeid dat het weinig zin heeft een tweede Enschede te willen worden. Almelo is gewoonweg te klein voor een MediaMarkt, Primark en Hudson’s Bay, nog afgezien van de vraag welke invloed dergelijke ketens op lange termijn hebben voor de lokale middenstand. De aandacht in Almelo is verschoven naar de specifieke kwaliteiten van de binnenstad en manieren waarop daar kan worden ingespeeld. Illustratief is de Stichting Start Je Winkel in Almelo, opgericht door plaatselijke ondernemers en bewoners, die zich inzet voor de komst van meer speciaalzaken naar het centrum (RVT Oost, 2017). En die strategie lijkt vruchten af te werpen: weliswaar staat er in het stadshart van Almelo nog veel leeg, nieuwe winkels en horecazaken worden vaak gestart door lokale ondernemers. Goede voorbeelden zijn delicatessenzaak Hap, hoortoestellenspecialist Hoor &

More en Bamboo's Saté. Kort en goed: door niet meer mee te doen met karaoke maar voort te bouwen op zijn karakter is Almelo in de juiste flow terechtgekomen.

De heropleving van Prestons binnenstad

Het Almelose all-inclusive resort en uitgaanscentrum Preston Palace heet niet toevallig zo. Sinds zeventig jaar onderhoudt Almelo namelijk een stedenband met Preston. De stad ligt in het noordwesten van Engeland, niet ver van Manchester. Evenals Almelo heeft Preston een haven, textielverleden en mooie groene omgeving. Ook fungeert de stad vanouds als streekcentrum voor het ommeland. In 2015 viel Preston echter de twijfelachtige eer te beurt 'de meest ongezonde winkels van Engeland' te hebben. In het centrum zaten bovengemiddeld veel zonnestudio's, fastfoodwinkels, wedlokalen en andere weinig hoogstaande zaken, volgens de opstellers van de ranglijst een teken van een 'on gezond' ondernemingsklimaat (The Guardian, 2015). Drie jaar later komen er echter weer positieve berichten uit Preston: er zijn in het kernwinkelgebied veel speciaalzaken bijgekomen, zoals een stripwinkel, zaken die gezond eten verkopen en hippe barber's shops. Ze zorgen voor 'couleur locale'. Parallel aan deze diversificatie en organische ontwikkeling heeft de gemeente Preston in de binnenstad geïnvesteerd. De verklaring van de wethouder voor de heropleving is de bereidheid van de stad om te veranderen en zich aan te passen aan de behoeften van bezoekers (Lancashire Evening Post, 2018). Een hart onder de riem van Almelo!

2) Diversiteit: 'Huizen in de binnenstad'

Binnensteden zijn niet alleen 'places to buy', maar ook 'places to be' (Dobson, 2015). Winkelen is allang niet meer de enige bezoekreden. Zo gaan inwoners en mensen uit de omliggende regio er naar de horeca, de film, de kapper of de tandarts. Of ze ontmoeten er vrienden en kennissen en nemen deel aan culturele, sociale of entertainmentactiviteiten. Binnensteden zijn bij uitstek multifunctionele plekken (Millington et al., 2015). Het is deze diversiteit en de mogelijkheid om andere mensen te treffen die het centrum tot een soort 'huiskamer' van de stedelijke gemeenschap maakt. Niemand heeft dit veelzijdige en sociale karakter van stadscentra beter onder woorden gebracht dan de Amerikaans-Canadese auteur Jane Jacobs. Haar artikel 'Downtown is for people' (Jacobs, 1958, p. 160) – het stuk legde de basis voor de bestseller *The Death and Life of Great American Cities* die drie jaar later verscheen – laat aan duidelijkheid niets te wensen over: 'De stelling van deze kritiek [dit artikel, GJH] is dat de beste methode om het stadscentrum te plannen neerkomt op kijken hoe mensen het gebruiken; kijken naar z'n sterke punten, die benutten en versterken. Er is geen logica die van bovenaf op de stad kan worden gelegd; mensen maken de stad en daarom moeten we onze plannen aan hen aanpassen en niet aan de gebouwen.'

De Almelose binnenstad is al redelijk divers. En dan hebben we het niet alleen over het winkelaanbod dat behoorlijk veel zelfstandige ondernemers telt. Er is in het centrum ook veel horeca, entertainment en cultuur te vinden, waaronder een bioscoop, theater, verenigingen en Het Huis van Katoen en Nu. Verder draagt het grafelijke landgoed op steenworpafstand van het centrum bij aan de diversiteit. Met de meer dan 160 grote en kleine evenementen die elk jaar in Almelo plaatsvinden, maakt de stad haar slogan ('Altijd wat te doen!') onmiskenbaar waar. Voor de toekomst van het centrum zijn dit sterke punten om op voort te bouwen. Maar daarnaast is het van belang om verder te kijken dan de verblijfs- en ontmoetingsfunctie van de binnenstad. De populariteit van Het Warenhuis – het pand van de voormalige V&D dat in 2016 is verbouwd tot appartementencomplex – laat zien dat je in het Almelose winkelgebied ook prima kunt wonen. Met de uitbreiding, verbouwing en nieuwbouw van de Havenpassage en de aanleg van de openbare stadstuin bij de Kloosterhof wordt de multifunctionaliteit van het centrum verder vergroot. Volgens Jane Jacobs kan het niet divers genoeg. Want in straten die behalve een winkel- en horecafunctie ook een woonfunctie hebben, is er de hele dag door wat te doen. Door die levendigheid krijgen detailhandel en horeca nog meer aanloop en nemen de verblijfskwaliteit en het veiligheidsgevoel van mensen toe.

De komende jaren liggen er volop kansen om de diversiteit van de Almelose binnenstad een impuls te geven. Want waarom zou je als gemeente in leegstaande winkels alleen detailhandel toestaan? De panden lenen zich ook goed voor andere bestemmingen. Voor een dergelijke functieverbreiding is er in Almelo een hoop draagvlak te vinden: in een recente enquête is 90% van de ondervraagden het eens met de stelling 'De binnenstad moet inzetten op de mix van wonen, werken, ambacht en winkelen', terwijl slechts 10% kiest voor 'De binnenstad moet vooral het winkelen versterken' (SITE, 2018). Wat dat betreft had Willem Wilmink een vooruitziende blik. Zijn Almelose gedicht 'Huizen in de binnenstad', dat is aangebracht op het appartementengebouw Manchester aan de Holtjesstraat, is actueler dan ooit. Hij schrijft: 'Elk wonen voel je als voorgoed/ totdat je toch verhuizen moet. Je naambord bij een andere bel/en na wat weken went het wel.' Inderdaad, de transformatie van de Almelose binnenstad is voor iedereen een gewenningsproces – maar het is wel de weg voorwaarts.

3) Functionaliteit: centrum voor de streek

Van oudsher heeft Almelo een bovenlokale functie – de stad vervult een cruciale rol voor het ommeland, en dan met name voor het noordwestelijke deel van Twente (SITE, 2018). Die

verzorgingsfunctie geldt voor allerlei aspecten van het dagelijks leven van inwoners uit de omliggende regio, of het nu gaat om werken, gezondheidszorg, onderwijs of winkelen. Zo is Almelo een werkgemeente voor naburige gemeenten met een landelijk karakter, zoals Tubbergen, Twenterand en Wierden. Per saldo komen er in het kader van woonwerk-verkeer over de weg zelfs meer mensen uit Hengelo, Enschede en Deventer naar de Aastad dan andersom. Wie een kijkje neemt op de bedrijventerreinen van de stad, ziet meteen hoe dat komt: Almelo heeft veel innovatieve bedrijven met hoogwaardige arbeidsplaatsen. Soms zijn de ondernemingen wereldwijd actief. Voorbeelden van zulke ‘verborgen kampioenen’ zijn uraniumverrijkingsbedrijf URENCO, vliegtuigsysteembouwer Aeronamic en Abimat, de Almelse Borstelindustrie. Verder bieden het onderwijs, de gezondheidszorg en de overheid (denk behalve aan de gemeente aan de rechtspraak) werk aan niet-Almeloërs, ook al is het aantal banen in de dienstverlening het laatste decennium afgenomen. Sowieso is de afgelopen jaren de aantrekkingskracht van Almelo als streekcentrum wat verminderd, zo blijkt uit onderzoek naar het regionale verplaatsingsgedrag (Van Gerwen, 2017).

Op het gebied van winkelen blijft de streekfunctie van Almelo echter groot: 36% van de gerealiseerde omzet in de binnenstad komt niet uit Almelo, maar uit omliggende gemeenten. Zo zijn de inwoners van Twenterand goed voor 8% van de bestedingen, gevolgd door Tubbergenaren en Wierdenaren die allebei 6% van de omzet voor hun rekening nemen (SITE, 2018). Het is aannemelijk dat de verzorgingsfunctie van Almelo op winkelgebied in de toekomst aan belang wint. Vooral de gemeenten in Noordwest-Twente (denk aan Tubbergen, Twenterand en Hellendoorn) hebben te maken met een dalende en vergrijzende bevolking en/of een winkelstand die het steeds moeilijker krijgt. Voor Almelo is dat niet ongunstig: door krimp in het ommeland kan de stad zijn rol als regionaal centrum verder uitbouwen. De aankondiging van het college van B en W dat bezoekers vanaf 2019 twee uur lang gratis in het centrum mogen parkeren zal de inwoners van de omliggende dorpen dan ook als muziek in de oren klinken – zij zijn het immers die, anders dan de Almeloërs zelf, vooral met de auto naar de stad komen (Tubantia, 2018c). Zeker als de binnenstadspartijen op de ingeslagen weg verdergaan en ruimte blijven bieden aan lokaal ondernemerschap, mogen we ervan uitgaan dat de aantrekkelijkheid van Almelo als streekcentrum verder toeneemt.

Op een groter schaalniveau en in de verre toekomst liggen er ook kansen in het verschiet. Het is niet ondenkbaar dat de positie van Almelo binnen Overijssel door infrastructurele en bestuurlijke factoren wordt versterkt. Om te beginnen wordt Almelo per trein steeds beter verbonden met andere delen van de provincie: dankzij het doortrekken van de verbinding van

Mariënberg naar Hardenberg is de bereikbaarheid van Almelo vanuit Noordoost-Overijssel verbeterd. Door de komst van een intercityverbinding tussen Enschede en Zwolle in 2018 speelt Almelo binnen het provinciale openbaar vervoersnetwerk eveneens een grotere rol. En die scharnierfunctie wordt alleen maar belangrijker als de rechtstreekse treinverbinding Almelo-Groningen (waarvoor nu een lobby gaande is) in ere wordt hersteld (Brouwers, 2018). Ook bestuurlijke keuzes in de Twentse buursteden kunnen kansen bieden. Als de gemeente Enschede de banden met het Duitse grensgebied verder aanhaalt en Hengelo geen echte keuzes durft te maken over het stedelijk profiel, ontstaat er voor Almelo vanzelf meer ruimte binnen Overijssel. De Aastad kan haar streekfunctie dan nog verder uitbouwen, zeker in relatie tot de omliggende gemeenten. Toegegeven, het zijn onzekere factoren, waarvan het lastig te bepalen is hoe ze op elkaar inwerken. Maar het moge duidelijk zijn dat het voor Almelo juist nu wezenlijk is om verder te gaan op de ingeslagen weg.

4) Duurzaamheid: water en groen de stad in

Almelo en water zijn onafscheidelijk. De stad heeft zijn bestaan er zelfs aan te danken: ontstaan op een kruispunt van land- en waterwegen ontwikkelde Almelo zich tot een plaats waar schippers, vissers, ambachtslieden en boeren elkaar troffen en handel dreven. Ook ten tijde van de textielindustrie was de ligging aan water cruciaal. Zo had Almelo de grootste katoenhaven van Europa. Tegenwoordig draagt het water bij aan recreatie, beleving en ruimtelijke kwaliteit. Vlakbij het centrum ligt een jachthaven en elke Almeloër weet dat je zomers heerlijk aan het water kunt zitten op het terras van Proeflokaal België. De komende jaren zet Almelo zijn identiteit als waterstad kracht bij: het water wordt teruggebracht in de binnenstad. Op termijn zullen de boten tot in het stadshart varen. Vanuit het Overijssels Kanaal gaat het water nu reeds via de Waterboulevard – waaraan het nieuwe stadhuis ligt – naar het centrum. En daar wordt hard gewerkt aan de aanleg van de Havenkom. Het belang van het water voor de Almeloëse binnenstad kan nauwelijks worden overschat. Water heeft magneetwerking: mensen kijken er graag naar en genieten van de stroming en glinstering ervan. Het maakt kleuren intensiever en geeft glans aan de omgeving (Hospers, 2015). En in de zomer is water een bron van vermaak, verkoeling en verfrissing.

Maar er is nog een argument waarom het verstandig is dat Almelo het water in de binnenstad terugbrengt: de klimaatverandering en de mogelijke gevolgen ervan. Almelo ligt op het laagste punt van Twente, waardoor het water vanuit de regio er als vanzelf heen stroomt. In

het verleden heeft Almelo al verschillende malen te maken gehad met wateroverlast. Na de Tweede Wereldoorlog leidde dit bijvoorbeeld tot een verbetering van de afwateringssystemen. Vanwege overstromingsgevaar moet de stad altijd op zijn hoede zijn, zeker in de toekomst. Door extremere weersomstandigheden, zoals pieken in regenbuien en warmere zomers, wordt waterveiligheid een belangrijk thema. Meer water in de Almelse binnenstad is duurzaam en stimuleert een betere afwatering van het grondwater. Ook is het een manier om verdere verstening van het centrumgebied tegen te gaan. Bovendien biedt het water de mogelijkheid van innovatieve vormen van klimaatvriendelijke energievoorziening. Voorbeeld: het nieuwe stadhuis van Almelo maakt voor zijn koeling al gebruik van het water onder de grond en aan de Waterboulevard. Ook wordt er na een positief haalbaarheidsonderzoek gewerkt aan de toepassing van riothermie (warmte uit het riool) in de binnenstad (Waterschap Vechtstromen et al., 2015). Met het omarmen van het water in het centrum slaat Almelo dus twee vliegen in één klap: het is goed voor de aantrekkelijkheid én de duurzaamheid.

Wat voor water geldt, geldt ook voor groen. Almelo is de groenste stad van Twente en zelfs van Overijssel. Elke woning staat gemiddeld ruim 100 m² groen ter beschikking, waarmee Almelo in de top tien staat van groenste steden in ons land. Elke stadswijk heeft zijn eigen park. Vier daarvan hebben een zogenaamde ‘Green Flag Award’ toegekend gekregen, een waardering voor het feit dat de parken gastvrij, milieuvriendelijk en veilig zijn en oog hebben voor het behoud van oude landschapselementen. Ook vanuit het Almelse winkelhart ben je zo in het groen, bijvoorbeeld in het Rogmanspark met zijn karakteristieke eendenvijver en hertenkamp. Het park grenst aan de Gravenallee – deel van landgoed Huize Almelo – die over een lengte van ruim drie kilometer wordt opgeluisterd door bomen. Met het Bomenplan, een initiatief van bewoners, krijgt de binnenstad er nog meer groen bij. Samen met het water kunnen de bomen onder bepaalde omstandigheden ‘hittestress’ in de binnenstad voorkomen (Kennis voor Klimaat, 2014). Het toevoegen van deze natuurlijke elementen maakt het gebied niet alleen sfeervoller – het is ook toekomstgericht. Zo beschouwd is de herstructurering van de Almelse binnenstad tevens een voorbeeld van klimaatbewust handelen.

Wasserstadt Nordhorn als wenkend perspectief

Tussen Almelo en de Duitse stad Nordhorn loopt het Almelo-Nordhornkanaal. De waterweg, die in de negentiende eeuw werd gegraven, is 37,6 kilometer lang. In 1960 is het kanaal gesloten voor scheepvaart. Sindsdien heeft de natuur er vrij spel, waardoor het gebied is uitgegroeid tot een eldorado voor bloemen, vissen en vogels. Vanuit Almelo fiets je langs het kanaal zo de grens over naar Nordhorn. Jarenlang stond de stad aan de Vecht bekend als ‘textielstad in het groen’. Toen het

duidelijk was dat de textielindustrie geen toekomst meer had, zocht Nordhorn naar een nieuwe identiteit. Dankzij de aanwezigheid van het vele water – vroeger cruciaal voor het transport van de Bentheimer Sandstein – koos men voor het profiel ‘waterstad in het groen’ (Straukamp, 2007). Sinds de eeuwwisseling investeert Nordhorn volop in het water in de stad. Er zijn rondvaarten met Vechtebooten, bezoekers kunnen waterfietsen en er komt steeds meer horeca aan het water. Elk jaar wordt ‘s zomers een Wasserstadt-Wochenende georganiseerd, met een ‘Sundown am See’, een strand aan de Vechtesee (Grafschafter Nachrichten, 2018). Het succes van ‘Wasserstadt Nordhorn’ is een wenkend perspectief voor Almelo. Alle reden om er eens poolshoogte te gaan nemen!

5) Betrokkenheid: met hart voor de stad

Voor een levendige binnenstad is de krachtenbundeling van tal van partijen vereist. Een gemeente die een centrumplan heeft ontwikkeld heeft immers de medewerking van lokale retail- en horecaondernemers nodig om het plan te realiseren. Ook moeten alle afzonderlijke acties in het plan op elkaar worden afgestemd. Want het is het collectieve aanbod dat de aantrekkelijkheid van het stadscentrum bepaalt. Een binnenstad is dus zo sterk als zijn zwakste schakel. Daarom is contact, overleg, coördinatie en samenwerking in de vorm van centrummanagement cruciaal (McAteer en Stephens, 2011). De gedachte is dat alle actoren vanuit hun betrokkenheid bij de binnenstad hun bijdrage aan het collectief belang leveren. In theorie hebben alle partijen daarbij hetzelfde doel: een aantrekkelijke binnenstad met een hoge verblijfskwaliteit voor bezoekers en bewoners. Tegelijkertijd heeft elke groep vaak zijn eigen ideeën over hoe deze doelstelling het beste kan worden bereikt. Afhankelijk van het type betrokkene lopen de belangen uiteen: publieke partijen worden geacht te streven naar het algemeen belang, private actoren zijn vooral geïnteresseerd in ondernemerschap, handel en omzet, terwijl maatschappelijke groeperingen (denk aan bewoners met liefde voor de stad) vaak een bepaald deelonderwerp benadrukken (Raatgever, 2014).

Met de betrokkenheid van de partijen bij de Almelose binnenstad zit het wel goed. De centrummanager, ondernemersorganisatie CAA, Almelo Promotie en de gemeente Almelo... allemaal hebben ze hart voor de binnenstad en willen ze er wat van maken. Neem Almelo Promotie: het is een professionele marketingorganisatie die Almelo reeds profileert als een historisch interessante stad aan het water en in het groen waar ‘altijd wat te doen’ is. Ook is er een ondernemersfonds met bijbehorende reclamebelasting. De samenwerking tussen de binnenstadspartijen verloopt echter nog niet optimaal, net zoals in veel andere steden (Van Gerwen, 2017). Deels heeft dat te maken met andere normen- en waardensystemen in het

bedrijfsleven en de publieke sector. Sommige private deugden zijn nu eenmaal publieke zonden en vice versa. Voorbeeld: wat voor een ondernemer een vriendendienst is, wordt in bestuurlijke kringen al snel als een soort van corruptie gezien. Anderzijds zijn in de politiek beleidswijzigingen niet altijd te voorkomen, terwijl ‘afpraak is afspraak’ voor ondernemers heilig is (Jacobs, 1992). Maar ook onder ondernemers kan het lastig zijn overeenstemming te bereiken. Zo pleiten winkeliers meestal voor actie op korte termijn, maar vastgoedeigenaren vinden dat vaak niet nodig: ze hebben geen haast en wachten liever af. Dat geldt vooral voor pandeigenaren van buiten die minder ingebed zijn in de lokale context.

Ondanks de samenwerkingskansen die er in Almelo liggen, lijkt het erop dat het merendeel van de betrokkenen uit zichzelf al in dezelfde richting bewegen. De fysieke investeringen in ‘Waterstad Almelo’ vanuit de gemeente, het Bomenplan van de bevolking, het Start je Winkel in Almelo-project van ondernemers en de profilering door Almelo Promotie zitten elkaar niet in de weg. Sterker nog: ze vullen elkaar goed aan. Misschien zijn we in Almelo wel getuige van de zogenaamde ‘V-formatie’, een patroon waarbij één gans voorop vliegt, terwijl de andere ganzen er in twee schuine lijnen achter vliegen (Schreurs en Van der Veer, 2010). Tijdens de vlucht wisselen de vogels elkaar af om energie te sparen en de werklust te verdelen. Vertaald naar Almelo: de ene keer neemt de gemeente het voortouw in het proces, dan weer lopen de ondernemers voorop, om vervolgens ruimte te geven aan andere partijen. Of er sprake is van dergelijke ‘zwermtelligentie’ (collectief gedrag van afzonderlijke deelnemers met een gemeenschappelijk doel) moeten we afwachten. Maar één ding staat als een paal boven water: de toekomst van de Almelse binnenstad is gebaat bij een ‘coalition of the willing’: een groep lokale partijen, of het nu gaat om bestuurders, winkeliers of pandeigenaren, die als een zwerm ganzen de vlucht naar voren kiezen.

Conclusie: alle lichten staan op groen

Het voordeel van steden met een hardnekkig imago is dat ze nooit tegenvallen. Dat geldt ook voor Almelo – het is een stad die verrast, ‘de verrassing van Twente’. Want wie de moeite neemt objectief te kijken naar het centrum, moet constateren dat het volop potentie heeft. Daarbij is het van belang breder te kijken dan de winkelfunctie alleen. De kracht van de Almelse binnenstad zit ‘m juist in de mix van ketenwinkels en speciaalzaken, winkelen en wonen alsmede gebouwen en water/groen. Goed, de leegstand in het centrum is niet over het hoofd te zien, vooral vanaf Talamini tot aan het begin van de Oranjestraat. Maar met de

huidige visie op de binnenstad, een coöperatieve houding van de betrokkenen en een portie geduld komt er ook voor deze locatie vast een nieuwe invulling. Het belangrijkste is dat de Almeloërs met eigen ogen zien dat er aan hun stadshart wordt gewerkt – en dat gevoel krijgen ze steeds meer. Het optimisme overheerst. Niet voor niets geeft in september 2018 de meerderheid van de inwoners aan dat de binnenstad erop vooruit gaat (Tubantia, 2018a). Nu is het moment om verder in het centrum te investeren. Om het in de stoplichtenmetafoor van Herman Finkers te zeggen: voor de Almelose binnenstad staan alle lichten op groen.

Geraadpleegde literatuur

Brouwers, J. (2018), Meningen verdeeld over spoorlijn Almelo-Groningen, *De Reiziger*, september 2018, pp. 20-21

Dobson, J. (2015), *How to Save Our Town Centres: A Radical Agenda for the Future of High Streets*, Policy Press, Bristol

Gerwen, van N. (2017), *Centrum Almelo: DNWS-in-actie-traject*, Platform De Nieuwe Winkelstraat, Zeist

Grafschafter Nachrichten (2018), Nordhorn präsentiert sich als ‘Wasserstadt’, *Grafschafter Nachrichten*, 12 augustus 2018

Hospers, G.J. (2011), *Er gaat niets boven citymarketing: hoe zet je een plaats op de kaart?*, Haystack, Zaltbommel

Hospers, G.J. (2015), Water is meer dan H₂O, *Stedebouw en Architectuur*, september 2015, pp. 10-11

Jacobs, J. (1958), Downtown is for people, In: Whyte, W. (red.) (1993), *The Exploding Metropolis*, University of California Press, Berkeley, pp. 157-184

Jacobs, J. (1992), *Systems of Survival: A Dialogue on the Moral Foundations of Commerce and Politics*, Random House, New York

Kennis voor Klimaat (2014), *Klimaat en de stad*, Kennis voor Klimaat, Utrecht

Lancashire Evening Post (2018), Preston’s high street is fighting back, *Lancashire Evening Post*, 24 maart 2018

McAteer, B. en Stephens, S. (2011), *Town Centre Management: a solution to the challenges*

facing urban centres?, *Journal of Place Management and Development*, 4 (3), pp. 264-271

Millington, S., Ntounis, N., Parker, C. en Quin, S. (2015), *Multifunctional Centres: A Sustainable Role for Town and City Centres*, Institute of Place Management, Manchester

Raatgever, A. (red.) (2014), *Winkelgebied van de toekomst: bouwstenen voor publiek-private samenwerking*, Platform 31, Den Haag

RTV Oost (2017), De toekomst van de binnenstad Almelo: klein en speciaal, *RTV Oost Nieuws*, 15 november 2017

Schreurs, M. en S. van der Veer (2010), *Animal Firm: haal het beste dierengedrag in uzelf en uw team naar boven!*, Van Duuren Management, Culemborg

SITE (2018), *Binnenstad Almelo: koers op hoofdlijnen (concept)*, SITE Urban Development, Amsterdam

Straukamp, W. (2007), *Zur Geschichte der Wasserstadt Nordhorn*, Stadtmuseum Nordhorn, Nordhorn

The Guardian (2015), Report exposes Britain's unhealthiest high streets, *The Guardian*, 26 maart 2018

Tubantia (2018a), Almeloërs vinden dat binnenstad erop vooruit gaat, *Tubantia*, 9 september 2018

Tubantia (2018b), Winkelstad Enschede op eenzame hoogte, *Tubantia*, 21 september 2018

Tubantia (2018c), Parkeren in centrum Almelo straks twee uur gratis, *Tubantia*, 29 september 2018

Waterschap Vechtstromen et al. (2015), *KAS-stromen: Klimaat Actieve Stedenband Twente*, Waterschap Vechtstromen, Almelo

Over de auteur

Prof.dr. Gert-Jan Hospers (Enschede, 1974) is bijzonder hoogleraar Transitie in Stad en Regio aan de Radboud Universiteit en economisch geograaf aan de Universiteit Twente. Daarnaast is hij directeur van Stichting Stad en Regio, een stichting die zich inzet voor stedelijke en regionale ontwikkeling op menselijke maat. Hij heeft al jaren een zwak voor Almelo.