

Steden en dorpen die leefbaarder willen worden door de auto te weren ondermijnen die leefbaarheid juist

Posted on 2 april 2026 by Syp Wynia

De Nederlandse binnensteden en hun winkelgebieden lijden onder het anti-autobeleid, zegt HANS VAN TELLINGEN van onderzoeksbureau Strabo tegen SYP WYNIA ***in deze aflevering*** van WWTV. De binnensteden hebben zich redelijk hersteld van de Coronatijd van vijf, zes jaar geleden, maar hebben nu last van gemeentebesturen die auto's weren en parkeren duur maken.

'Je kunt allerlei maatregelen nemen om je binnensteden en winkelcentra leefbaar te maken, maar als mensen van buiten niet met de auto kunnen komen gaan ze naar elders,' zegt Van Tellingen. Als gemeenten de leefbaarheid willen bevorderen door de auto te weren schieten ze dus in eigen voet. Vaak hebben plaatselijke politici niet door, welke schade ze aanrichten door de auto te weren, zegt Van Tellingen. 'Het is puur ideologisch gestuurd. En in brede colleges van B en W buigt de VVD dan vaak weer mee met GroenLinks.'

‘Geen regioklanten zonder autovriendelijke binnenstad’

Vooral kleine en middelgrote plaatsen van 30 à 80.000 inwoners hebben het moeilijk als ze hun winkelgebieden helemaal autovrij willen maken of het parkeren duur maken, zegt Van Tellingen. Hij noemt als voorbeeld zijn geboorteplaats Meppel. ‘Het is een leuke stad. Maar ook daar hebben ze een stringent parkeerbeleid. En dan gaan de mensen uit de regio naar Steenwijk of Hoogeveen, met misschien minder leuke binnensteden die wel vriendelijker zijn voor de automobilist. En als je de winkelende consument niet hebt, verlies je ook de daghoreca.’

Van Tellingen ziet vooral in de grotere plaatsen de winkels herstellen van de neergang ten tijde van de Corona-lockdowns, toen de internetwinkels juist extra omzet boekten. Maar die zijn nu terug bij af: ‘E-commerce had in 2019 10 procent van de retail, dat groeide tijdens Corona naar 15 procent, maar is nu weer terug naar tien, elf procent.’ Van Tellingen ziet de stenen winkels weer winnen van de internetwinkels. ‘Winst maken met internetwinkels blijkt heel moeilijk, zoals je ook ziet met bol.com en Picnic. Bol verliest honderden miljoenen per jaar, Picnic ook.’

‘Internetwinkels zijn een piramidespel’

Van Tellingen legt uit waarom investeerders toch geld in internetketens blijven steken. ‘Het is een soort piramidespel. Investeerders hopen op enig moment een hogere prijs te kunnen vragen, mede door marktaandeel te vergroten. Maar structureel winst maken zonder stenen winkels gaat bijna niet. Je hebt dan wel geen winkelhuur, maar de bezorgkosten zijn hoog. En klanten die twintig jurkjes bestellen en dragen en die dan terugsturen kosten ook geld.’

Van Tellingen noemt Nederland ‘een middensegmentland’. Waar de prijsvechters in een land als Duitsland een groot deel van de markt in handen hebben, maar er ook een heel rijk deel is, gaan in Nederland zelfs beter betaalden naar relatief goedkope winkels en is er betrekkelijk weinig echte luxe. ‘Zo zijn er maar 7 Bijenkorf-winkels in Nederland. Nederland is een Hema-land: redelijk goede kwaliteit voor een redelijk lage prijs.’

Wynia’s Week TV is er ook als podcast

Wynia's Week is er drie keer per week. Doet u mee?