

# Van communisme naar consumentisme

*Transitieprocessen in detailhandel in Kiev*



Arvid Krechting / S1256289  
December 2007



rijksuniversiteit  
groningen

faculteit ruimtelijke  
wetenschappen





# Van communisme naar consumerisme

## *Transitieprocessen in detailhandel in Kiev*

Scriptie in het kader van de Master Economische Geografie

Aan de Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen van de Rijksuniversiteit Groningen

Gecombineerd met een stage in Q4 2007 bij Multi Development Ukraine LLC in Kiev

Begeleiders:

RuG: Prof. Dr. P.H.P. Pellenbarg

Multi: Dr. Herman Kok MRE

Ir. Mathieu de Bruin MRE

**Arvid Krechting / S1256289**  
**Najaar 2007**

## VOORWOORD

Deze scriptie is het eindresultaat van een traject dat in feite al in mijn allereerste jaar begonnen is. Aan iedereen die nu meteen Duh! roept zal ik uitleggen waarom. In het eerste jaar van mijn studie moest ik, vers uit het o zo verre Gelderland, een nieuwe sociale omgeving opbouwen. Dat ging het snelste via Ibn Battuta, de vereniging die nogal een grote rol is gaan spelen in mijn studietijd, culminerend in een geweldig bestuursjaar waarin ik de eer had de vereniging te mogen voorzitten.

De drempel om de (toen nog) rokerige en lawaaige koffiekamer van Ibn binnen te gaan was in het begin nogal hoog, ondanks een bijzonder gezellig introductieweekend in Appelscha. Inschrijving voor de buitenlandse excursie van dat studiejaar bood uitkomst. Ik moest regelmatig met een doel naar de Ibn-kamer, pasfoto's en paspoort inleveren, formulieren invullen voor een visum, enzovoorts. De reis ging namelijk naar Rusland, en in maart 2002 volgde het daadwerkelijke bezoek aan Sint Petersburg en Moskou. Fantastisch was het, en nadat ik de eerste nacht na terugkomst volledig in het cyrillisch had gedroomd, was de band met de voormalige Sovjet-Unie daar en in het najaar van 2003 volgde een taal cursus onder de bezielende leiding van Daniela Macikova, zelf Tsjechische, maar minstens zo creatief en enthousiast over het Russisch, de taal die ze daar onderwees.

Diezelfde taal cursus maakte het mogelijk om contacten met Oekraïne te leggen, om daarheen te kunnen gaan met eenzelfde buitenlandse reis. Met de trein naar Kiev, ook dat was een hoogtepunt en zelden ben ik zo vermoeid geweest als na die reis, zo intens was het proberen met z'n zevenen te begeleiden van 42 Groningse studenten in een volslagen vreemde omgeving. Maar de contacten met Kiev waren er, en de geografiestudenten aldaar bleken goede kennissen te worden, met een aantal uitwisselingen en bezoeken aan de beide landen.

Daarbij verscheen er een man in mijn leven, directeur van een grote projectontwikkelaar, die op allerhande familiefeesten nogal geïnteresseerd was in wat ik zoal studeerde en vroeg of ik geen stage zou willen doen. Ook kwamen er alsmaar kleurige folders binnen met vers geopende winkelcentra op steeds maar exotischer locaties. Toen er in de fase dat ik mijn afstudeeronderwerp bepaalde een klein berichtje stond over een vers geopend filiaal in Kiev, ging er dan ook een lampje branden en een wild idee over een stage in Kiev begon te leven.

Dat dat uiteindelijk zou lukken, onder meer door nog een extra taal cursus in de zomer van 2007, is geweldig en ik moet zeggen dat het mijn wildste dromen heeft overtroffen. Kennismaken met Kiev en met wat zo mooi het 'Wilde Oosten' wordt genoemd: proberen zaken te doen in en kennis te vergaren over een land waar alles nog even een slagje anders gaat dan in het dichtgeregelde Nederland. Natuurlijk word je op straat regelmatig met gruwelijke armoede en allerhande sociale problemen geconfronteerd, maar tegelijkertijd is er het besef dat dit land nog zoveel te winnen heeft en dat er nu eindelijk uitzicht is op betere tijden, na een decennium waarin een relatief welvarende Sovjetrepubliek afgleed naar een land waar 75% van de bevolking onder de armoedegrens leefde. Dat is voorbij, en het feit dat Multi er probeert te investeren en probeert echt mooie dingen te bouwen is iets waar ik me 100% voor heb en zal kunnen inzetten.

Aan de studietijd is met het afleveren van dit werk een eind gekomen, een tijd waarin ik veel gereisd, gedronken en toch uiteindelijk ook gedaan heb. Ik wil iedereen die daaraan heeft bijgedragen bedanken voor het feit dat het zo mooi was, en voor het feit dat het vervolg er ook zo geweldig uitziet. Natuurlijk mijn naaste familie, de geweldige thuisbasis in Arnhem, waar ik altijd terecht kan en mijn lieve zus, die zelfs lekker bij mij in Groningen kwam studeren en nu ook haar draai heeft gevonden. Uiteraard mijn vrienden van HC, die een voorbeeld zetten waar ik in feite alleen maar achteraan hoefde te lopen en het mogelijk gemaakt hebben me te voegen in een gezelschap dat al zo hecht was. Al die maaltijden, weekends, reisjes, avonden en vakanties met Maarten zijn me even dierbaar en waardevol.

Mijn bestuursgenoten in het Toppiejoppiejaar 05/06, het jaar dat zo leerzaam en vooral zo belachelijk gezellig was. Het is geweldig om je een jaar te kunnen verliezen in een faculteitsvereniging en een jaar lang te denken dat de wereld daarom draait. Al die andere mensen waarmee ik mijn studietijd heb kunnen doorbrengen, mijn vrienden uit Arnhem, waarvan Merijn ook zo'n goede vriend uit Groningen is geworden. En natuurlijk de mensen bij Multi, Mathieu en Herman, die een stage mogelijk hebben gemaakt die niemand van tevoren had kunnen bedenken en die een geweldige opmaat is naar een nieuwe fase in mijn leven.

Ik had dat niet kunnen bedenken, toen ik daar als eerstejaars door het overweldigende Sint Petersburg en Moskou liep, een omgeving die tot bescheidenheid dwingt, bescheidenheid die ik ook graag wil tonen bij het in dank aanvaarden van zoveel geluk.

Kiev,

December 2007

## SAMENVATTING

In Oekraïne was 1991 een essentieel jaar. Het jaar waarin de Sovjet-Unie uiteenviel en de Oekraïners voor het eerst in de geschiedenis in een zelfstandig land verenigd werden, markeerde het eind van een tijdperk. Zeventig jaar lang had de Sovjet-Unie controle over vrijwel alle facetten van de samenleving en de centraal geleide economie. In de Sovjet-Unie lag vanaf het begin de prioriteit bij industriële productie en mijnbouw. Activiteiten die iets te maken hadden met vrije wilsvorming en leken op kapitalistische handelingen werden met argusogen bekeken en kregen weinig ruimte. Detailhandel en consumptie waren derhalve activiteiten die door de autoriteiten zo mogelijk beperkt werden.

Kiev was een van de belangrijkste steden van de Sovjet-Unie en ontkwam niet aan de grip van machthebbers in Moskou. De stad groeide stormachtig tussen 1917 en 1991 en de meeste uitbreidingen werden derhalve op een communistische leest geschoeid. Stadsuitbreidingen werden gedaan door fabrieken en woonwijken in hun geheel te plannen langs de grote uitvalswegen van de stad. In het budget van deze uitbreidingen waren buurtvoorzieningen als winkels, maar ook sociaal-culturele voorzieningen, vaak de sluitpost. Het streng hiërarchische systeem vanaf de jaren '60 zorgde ervoor dat op vier niveaus winkels gepland werden, maar eigenlijk konden alleen de centrumstedelijke voorzieningen enigszins in de vraag voorzien, elders heerste schaarste.

Op het moment dat de Sovjet-Unie uiteenviel en Oekraïne ontstond erfde het een totaal vermolmd detailhandelssysteem, waarvan schaarste en weinig keuze de belangrijkste kenmerken waren. Oekraïne werd een vrij land en een aantal van de meest drastische maatregelen van de Sovjet-Unie werden losgelaten. De belangrijkste drie waren het creëren van een economie waarin vrije prijsvorming mogelijk was, privatisering van bedrijven en grote delen van de staatseigendommen en deregulering van de distributie. Het werd dus mogelijk om zelf winkels te beginnen en te gaan concurreren.

Oekraïne kwam echter in een diepe economische crisis terecht, die 75% van de inwoners onder de armoedegrens bracht. De hyperinflatie en het wegvallen van alle officiële distributiekanaalen leidden daardoor tot het ontstaan van een levendige straathandel en de opkomst van illegale markten, een soort bazaareconomie die naast de officiële economie en markten ging functioneren. Eigenlijk werden de hele jaren '90 voor Oekraïne crisisjaren, totdat macro-economische hervormingen effect begonnen te hebben en in 2000 de economie begon te groeien. Op dat moment had de geregistreerde economie nog ongeveer 60% van haar grootte in 1990 over.

Na de eerste vijf crisisjaren begonnen er na 1996 ook bouwactiviteiten plaats te vinden. Buitenlandse bedrijven waren in Oekraïne, een uitzondering daargelaten, vrijwel afwezig en lokale partijen begonnen de markt te verdelen. Tientallen supermarktketens ontstonden, die de lege staatswinkels begonnen te gebruiken en ook nieuwe panden begonnen neer te zetten. Sinds in 2001 het eerste echte winkelcentrum van Kiev geopend werd is de economie stormachtig gegroeid en de consumptiegroei bereikt grote hoogtes. Inmiddels zijn er in Kiev meer dan 25 winkelcentra. Een aantal van de illegale markten is inmiddels gelegaliseerd en tiert

ook nog welig. In Kiev zijn inmiddels ook buitenlandse winkeliers, ontwikkelaars en detailhandelsbedrijven neergestreken om mee te kunnen profiteren van de groeiende economie. Zij ondervinden nog wel hinder van een corrupte overheid, die in principe alle gereedschappen heeft om rechtszekerheid te garanderen en ruimtelijke ordening op een goede manier te sturen, maar in de praktijk door corruptie en een sterke vermenging van politiek en zakenleven mensen bevoordeelt met geld en connecties. Inmiddels lijkt er verbetering in de situatie te komen, waardoor de overheid langzaam een betrouwbaardere instantie wordt.

In de theorie is veel nagedacht over de manier waarop economische activiteiten zich verspreiden over de ruimte en onder invloed van welke factoren dat gebeurt. Deze theorieën gaan echter vrijwel allemaal uit van een aantal premissen waaraan in Kiev in de communistische tijd niet voldaan werd. Er was geen grondmarkt, en het feit dat ergens een activiteit gevestigd werd was geen economische maar een administratieve beslissing. Dat heeft fundamentele gevolgen voor de opbouw van de stad en de verspreiding van de detailhandel daarover. Die gevolgen zijn in Kiev nog altijd zichtbaar. Theoretische modellen waren niet van toepassing op Kiev, maar worden dat wel steeds meer, omdat de stad steeds meer naar de regels van een vrije markteconomie gevormd wordt.

Hiërarchische structuren, zoals door Christaller verondersteld, zijn in Kiev goed zichtbaar. Ook worden de hoogste huren in het centrum bereikt, zoals in de theorie ook verondersteld wordt, maar zijn er nog steeds 'eilanden' in de stad: schaarse winkelcentra die door een gebrek aan winkelruimte populairder en duurder zijn dan ze in theorie op basis van hun afstand tot het centrum zouden moeten zijn. In de toekomst zal de markt steeds verder verzadigd raken en zullen deze eilanden waarschijnlijk verdwijnen. Er zijn in Kiev effecten van 'backwash' en 'spread' te zien, door het verdwijnen van laagwaardige functies uit daarvoor ongeschikte locaties en het verspreiden van winkelcentra naar de randen van de stad, met sterke concentraties op de best bereikbare plekken.

In de toekomst zal Kiev qua detailhandel, door de komst van buitenlandse ontwikkelaars en detailhandel, steeds meer het gezicht van een westerse stad krijgen. Ontwikkelingen als hypermarkten, perifere winkelcentra en dure westerse merken in de hoofdwinkelstraat zullen steeds gewoner worden. Kenmerken van een overgangseconomie, zoals winkelcentra van lage kwaliteit en grote goedkope markten, zullen verdwijnen. De stad gaat steeds beter voldoen aan de in het westen geformuleerde economisch-geografische theorie. Daarmee wordt de transitie van een communistisch systeem naar een marktsysteem voltooid, een proces waar Kiev nu midden in zit en dat mutatis mutandis ook vergelijkbaar is met de ontwikkelingen in Centraal-Europa.

## INHOUDSOPGAVE

Voorwoord .....	IV	
Samenvatting .....	VI	
Inhoudsopgave .....	VIII	
<b>Deel I</b>	<b>Inleiding .....</b>	<b>1</b>
H1	Algemeen .....	1
H2	Theoretisch kader .....	3
	2.1 <i>Hoofddoel</i> .....	3
	2.2 <i>Onderzoeksvragen</i> .....	3
	2.3 <i>Hypotheses</i> .....	4
	2.4 <i>Opzet</i> .....	4
	2.5 <i>Onderzoeksmethode</i> .....	5
	2.5.1 <i>Algemeen</i> .....	5
	2.5.2 <i>Literatuur</i> .....	5
	2.5.3 <i>Observaties</i> .....	6
	2.5.4 <i>Interviews</i> .....	6
H3	Achtergronden Oekraïne en Kiev .....	7
	3.1 <i>Oekraïne</i> .....	7
	3.1.1 <i>Algemeen</i> .....	7
	3.1.2 <i>Politiek</i> .....	8
	3.1.3 <i>Oekraïne door de ogen van buitenlandse investeerders</i> .....	10
	3.2 <i>Kiev</i> .....	10
	3.2.1 <i>Algemeen</i> .....	10
	3.2.2 <i>Ontstaansgeschiedenis</i> .....	10
	3.2.3 <i>Transportverbindingen</i> .....	12
	3.3.4 <i>Structuur</i> .....	14
<b>Deel II</b>	<b>Historische context .....</b>	<b>15</b>
H4	Sovjetplanning en kenmerken van het socialistisch systeem.....	15
	4.1 <i>Inleiding</i> .....	15
	4.2 <i>Voor 1922</i> .....	15
	4.3 <i>Sovjetplanning op landelijk niveau</i> .....	15
	4.4 <i>Tijdvakken</i> .....	16
	4.4.1 <i>Periode voor de oorlog (1930-1941)</i> .....	16
	4.4.2 <i>Periode na de oorlog (1945-1969)</i> .....	17
	4.4.3 <i>De jaren '70 (1970-1979)</i> .....	18
	4.4.4 <i>De jaren '80 en '90 (1980-1994)</i> .....	18
	4.5 <i>Doelen</i> .....	18
	4.6 <i>Socialisme en detailhandel</i> .....	20
	4.7 <i>Hiërarchie</i> .....	21



H5	Na de onafhankelijkheid .....	23
	5.1 <i>Maatregelen na 1991</i> .....	23
	5.2 <i>Stedenbouwkundige en winkelontwikkelingen na 1991</i> ...	24
<b>Deel III</b>	<b>De gevolgen in de praktijk .....</b>	<b>27</b>
H6	Twee voorbeeld winkelgebieden .....	27
	6.1 <i>Algemeen</i> .....	27
	6.2 <i>Methodiek</i> .....	27
	6.3 <i>Kresjtsjatiek</i> .....	27
	6.3.1 <i>Algemeen</i> .....	27
	6.3.2 <i>Kenmerken</i> .....	29
	6.3.3 <i>Winkelbeeld</i> .....	30
	6.4 <i>Trojesjtsjina</i> .....	36
	6.4.1 <i>Algemeen</i> .....	36
	6.4.2 <i>Kenmerken</i> .....	38
	6.4.3 <i>Winkelbeeld</i> .....	39
	6.5 <i>Transitieprocessen</i> .....	44
<b>Deel IV</b>	<b>Theoretische analyse .....</b>	<b>46</b>
H7	Winkelruimteverdeling in de theorie.....	46
	7.1 <i>Algemeen</i> .....	46
	7.2 <i>Centrale plaatsentheorie - Christaller</i> .....	46
	7.3 <i>Ruimtelijke interactietheorie - Reilly</i> .....	48
	7.4 <i>Bid Rent theorie - Haig / Alonso</i> .....	50
	7.5 <i>Theorie van cumulatieve werfkracht - Hotelling</i> .....	50
	7.6 <i>Recente inzichten</i> .....	51
H8	Theorieën in Kiev.....	53
	8.1 <i>Samenvatting theorieën</i> .....	53
	8.2 <i>Theorie versus praktijk in Kiev</i> .....	53
<b>Deel V</b>	<b>TOEKOMSTVERWACHTINGEN .....</b>	<b>58</b>
H9	Toekomstige ontwikkelingen .....	58
	9.1 <i>Inleiding</i> .....	58
	9.2 <i>Toepasbaarheid van modellen</i> .....	60
	9.3 <i>Ervaringen in andere (vergelijkbare) landen</i> .....	61
H10	Omgaan met potentiële locaties.....	63
	10.1 <i>Algemeen</i> .....	63
	10.2 <i>Fictieve site Vydubitsji</i> .....	63
H11	De rol van de overheid .....	67
	11.1 <i>Algemeen</i> .....	67
	11.2 <i>Ruimtelijke ordening</i> .....	68
<b>Deel VI</b>	<b>Conclusies.....</b>	<b>69</b>

H12	Conclusies .....	69
	12.1 <i>Beantwoording hoofd- en deelvragen</i> .....	69
	11.2 <i>Hypothesen</i> .....	71
H13	Aanbevelingen .....	73
	<b>Bibliografie</b> .....	<b>75</b>
	<b>Appendix 1</b> Kaart Kiev	
	<b>Appendix 2</b> Interview 15 oktober - Natalya Kravets	
	<b>Appendix 3</b> Interview 15 november - Maarten Goris	
	<b>Appendix 4</b> Interview 27 november - Alexander Drapikovskiy	
	<b>Appendix 5</b> Schema's ideale wijkopzet (1971)	

## DEEL I INLEIDING

### H1 ALGEMEEN

In de Sovjet-Unie had men als consument weinig keus. De staat had invloed op alle facetten van het leven en bepaalde prijzen, locaties van winkels, mate van beschikbaarheid van bepaalde goederen en de mate waarin mensen ze konden kopen. Bij het opzetten van de talloze flatwijken die in de tweede helft van de twintigste eeuw zijn gebouwd, werd op een centrale locatie een aantal winkels geplaatst, zodat men voor de dagelijkse boodschappen de wijk niet uithoefde. Daarnaast waren er veel markten (zowel in de open lucht als overdekt), waar onder meer groente en fruit aangeboden werd door boeren die boven hun quota hadden geproduceerd. Voor de speciale artikelen kon men naar de speciale winkel in de grotere steden. In Moskou het vermaarde GUM: Gosudarstvennyj Universalnyj Magazin (Universele Staatswinkel) of zoals in de meeste steden, waaronder Kiev, de TsUM: Tsentralnyj Universalnyj Magazin (Centrale Universele Winkel). Hier kon de kleine bovenlaag aan zijn luxegoederen komen. Het aanbod aan luxeartikelen bleef echter beperkt en werd geïllustreerd door de file aan Sovjetregeringsvoertuigen voor het Kaufhaus des Westens in West-Berlijn, waar grote hoeveelheden westerse luxeartikelen werden ingeslagen.

Na de omwenteling en het uiteenvallen van de Sovjet-Unie begin jaren negentig veranderde er zeer veel in Centraal- en Oost-Europa: staten werden onafhankelijk en veel grenzen gingen open. Inmiddels zijn negen voormalige satellietstaten en Slovenië lid van de Europese Unie. Ook Rusland zelf en Oekraïne hebben hun grenzen opengesteld voor westerse bedrijven en inmiddels zijn in die landen goederen verkrijgbaar die overal ter wereld verkocht worden. Ter illustratie: in een supermarkt in Kiev kan men inmiddels kiezen uit Heineken, Grolsch of Bavaria, naast talloze Belgische, Scandinavische, Amerikaanse, Australische, etc. biermerken.

De uit de Sovjet-Unie stammende winkelstructuur werd gekenmerkt door schaarste en was niet toereikend om het nieuwe aanbod te accommoderen. In de Sovjet-Unie lag de nadruk immers veel meer op productie dan op consumptie. Veel mensen betrokken een deel van hun producten via de fabriek waar ze werkten. Het gebrek aan aandacht voor consumptie vertaalde zich in weinig diversiteit, weinig winkels en daardoor in totaal weinig winkeloppervlak. De jaren negentig werden dan ook gekenmerkt door het ontstaan van talloze nieuwe winkels en het opbloeien van straathandel. Rond drukke openbaar vervoerknooppunten en eigenlijk alle locaties waar mensen samenkomen staan talloze handelaars de meest uiteenlopende producten te verkopen. Daarnaast hebben westerse bedrijven hun entree gemaakt. In Moskou kan men bijvoorbeeld boodschappen doen bij het Franse Auchan of meubels kopen bij IKEA.

Oekraïne heeft nog minder westerse bedrijven binnen de grenzen en neemt een tussenpositie in. Kiev is de belangrijkste voorpost van het land, gezien het feit dat meer dan 30% van de buitenlandse investeringen daar gedaan wordt. Het van oorsprong Duitse Metro Cash & Carry heeft inmiddels drie filialen in Kiev, terwijl de Metro Group ook met hypermarkten van Real en de bouwmarkt Praktiker serieuze

plannen heeft om zich in Kiev te vestigen, evenals IKEA. Supermarkten zijn op dit moment vrijwel allemaal nog van oorsprong Oekraïens.

De komende jaren zullen talloze nieuwe winkels hun deuren openen in Kiev, waardoor de functionele winkelstructuur ingrijpend zal veranderen. Er zal een herstructurering plaatsvinden op het moment dat een bepaald verzadigingspunt bereikt wordt, waarbij de financieel veel sterkere westerse bedrijven waarschijnlijk veel Oekraïense concurrenten uit de markt zullen drukken. Kiev is geen goedkope stad en bedrijven zullen zich voornamelijk richten op het inrichten van 'big boxes' aan de stadsranden, goed bereikbaar per auto. Dit zal mobiliteitspatronen en het verplaatsingsgedrag van de inwoners van de stad veranderen.

Daarnaast zal een groot gedeelte van de bestaande detailhandel zich waarschijnlijk weten te handhaven. Het feit dat westerse bedrijven ook hogere prijzen rekenen maakt dat ze voor een groot deel van de bevolking voorlopig onbetaalbaar zullen blijven. Zolang het minimumloon op 400 Hryvnja (omgerekend nog geen € 60) per maand ligt (eind 2006), zullen de veel goedkopere lokale markten veel klandizie houden.

Grote invloed op de manier waarop deze veranderingen tot stand zullen komen zal de rol van de overheid zijn. Op dit moment grijpt die vrijwel niet in en ontwikkelaars en grondeigenaren zijn vrij om te ontwikkelen, zonder rekening te houden met de omgeving of de bestaande situatie. Het ligt in de lijn der verwachting dat de overheid in de nabije toekomst in zal gaan grijpen en eisen zal gaan stellen aan het accommoderen van parkeerders, de manier waarop met voedsel omgegaan wordt en de effecten van ontwikkelingen op hun omgeving. Met name hygiëne-eisen zullen veel invloed hebben op het functioneren van traditionele markten, waar vlees en vis op dit moment nog verkocht kunnen worden zonder al teveel aandacht te hoeven besteden aan hygiëne. Als de overheid inderdaad ingrijpt zal dit haar uitwerking op de ruimtelijke structuur van Kiev niet missen. Voorbeeld voor Oekraïne en de manier waarop geprobeerd wordt de ruimtelijke ontwikkelingen te controleren kan Polen zijn, waar men met de invoering van een 'commercial permit' probeert grootschalige detailhandel te onderwerpen aan een soort distributie-planologisch onderzoek. Maar ontegenzeggelijk zullen de veranderingen, ingezet in 1991, de komende jaren aanhouden.

## H2 THEORETISCH KADER

### 2.1 Hoofddoel

Het doel van dit onderzoek is om de ontwikkeling van retail in Kiev in kaart te brengen, en te bekijken hoe die van structuur verandert. Gekeken wordt naar de verschillende tijdvakken en 'regimes' die van invloed zijn en waren op de manier waarop winkelruimte tot stand komt en verdeeld wordt over steden. Dit biedt een noodzakelijke achtergrond om een beeld te krijgen waarom bepaalde ruimtelijke structuren bestaan en om te kunnen onderbouwen op welke manier de ontwikkeling zich in de komende jaren zal voltrekken. De nadruk zal daarbij liggen op transitieprocessen.

Nederlandse steden hebben een min of meer natuurlijke groei doorlopen, grondig vastgelegd in allerhande beleidsdocumenten. Kiev is anders, het draagt de effecten van een communistisch verleden en een vrijwel volmaakt vrije markt sinds 1991 met zich mee, en een toekomst die voor een groot deel bepaald zal worden door wat bedrijven uit het buitenland gaan doen. Daarin trends doorgronden en grip krijgen op wat vanuit het verleden bepaalt wat er nu en in de toekomst gebeurt, is het einddoel van deze scriptie.

### 2.2 Onderzoeksvragen

#### Hoofdvraag

Welke factoren en transitieprocessen bepalen de manier waarop winkels en winkelruimte over de stad Kiev verdeeld werden en zullen worden?

#### Deelvragen

Wat is de historische context van Kiev?

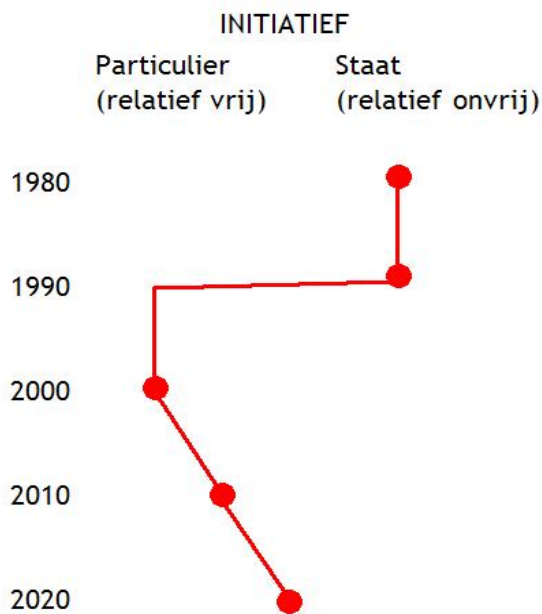
- *Welke tijdvakken zijn er te onderscheiden?*
- *Wat zijn de belangrijkste kenmerken van die tijdvakken, onder meer de verhouding tussen publiek en privaat?*
- *Welke doelen werden er met verschillende manieren van planning gediend?*

Welke gevolgen heeft die context op de huidige situatie gehad?

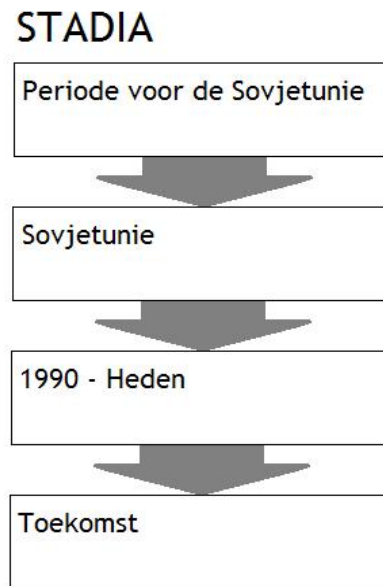
- *Wat zijn de belangrijkste administratieve, politieke, economische en ruimtelijke kenmerken van het land Oekraïne en de stad Kiev?*
- *Wat voor winkelgebieden zijn er op dit moment in Kiev te vinden?*
- *Wat zijn de kenmerken van die gebieden?*

Wat voor transitieprocessen zijn er te onderscheiden, en in hoeverre kloppen die met economisch-geografische theorie?

- *Hoe wordt er in de theorie gedacht over de ruimtelijke spreiding van economische activiteiten, zoals detailhandel?*
- *In hoeverre is die theorie toepasbaar op Kiev?*
- *Welke factoren hebben de grootste invloed op de manier waarop retail verdeeld is en wordt?*
- *In hoeverre laten die zich vergelijken met andere landen en steden?*
- *Wat is de rol van de overheid bij het verdelingsproces?*
- *Welke ontwikkelingen zullen zich gaan voordoen?*



*Figuur 2.1: Relatie publiek-privaat*



*Figuur 2.2: Onderscheiden tijdvakken*

### 2.3 Hypotheses

In de inleiding zijn vijf hypothesen geformuleerd:

1. De komende jaren zullen veel nieuwe winkels hun deuren openen in Kiev
2. De financieel veel sterkere westerse bedrijven zullen veel Oekraïense concurrenten uit de markt drukken
3. Kiev is een relatief dure stad, waardoor veel bedrijven zich op de stadsranden zullen richten voor het ontwikkelen van onder meer 'big boxes'
4. Een groot gedeelte van de huidige detailhandel zal zich weten te handhaven, door een gebrek aan financiële draagkracht voor een deel van de bevolking
5. In de toekomst zal de overheid gaan ingrijpen in de manier waarop ontwikkeld wordt en in de voorwaarden waaraan ruimtelijke ontwikkelingen moeten voldoen

Het nagaan van deze hypothesen en proberen licht te werpen op deze ontwikkelingen kan dienen als ondersteuning bij het onderzoek.

### 2.4 Opzet

Allereerst wordt het fenomeen detailhandel in Kiev in een historisch perspectief gezet. Gekeken wordt naar de verschillende tijdvakken en 'regimes' die van invloed waren op de manier waarop winkelruimte gepland werd en tot stand kwam (zie figuren 2.1 en 2.2). De rol van het socialistisch systeem waarbinnen de stad functioneerde wordt daarbij belicht. Dit biedt een noodzakelijke achtergrond om een beeld te krijgen waarom bepaalde ruimtelijke structuren bestaan.

Ten tweede wordt de huidige ruimtelijke verdeling van retail in Kiev geïnventariseerd. Aan de hand van twee winkelgebieden die beide aan de uiteinden van de retailmarkt liggen, in dit geval de hoofdstraat en een goedkope markt in

een ver weg gelegen buitenwijk, wordt getracht duidelijk te maken hoe transitieprocessen de huidige winkelvoorraad hebben gevormd. Er zal gefocust worden op een rijk gebied waar de internationalisering van de detailhandel het verst is en naar een gebied dat vooral de lagere inkomensgroepen bedient. Hierbij kan tegelijkertijd gekeken worden naar de verschillen tussen perifere gebieden en binnenstedelijke locaties. Door naar de uiteinden van de markt te kijken kan een overzicht gekregen worden van wat er op de gehele markt gaande is.

Ten derde wordt de economisch-geografische theorie die er is over optimale winkelruimteverdeling benut om ontwikkelingen te toetsen aan ruimtelijk-economische wetmatigheden. Hier komen bijvoorbeeld de basistheorieën met betrekking tot de ruimtelijke spreiding van economische activiteiten (waaronder retail) aan bod, van Christaller, Alonso, Hotelling en anderen. Zo kan worden bepaald of Kiev een 'normale' stad is, en in welke opzichten deze stad zich onderscheidt van onder markt-economische condities ontwikkelde steden.

## 2.5 *Onderzoeksmethode*

### 2.5.1 *Algemeen*

Zoals op de achterkant van de Bradt reisgids voor Oekraïne staat: 'Ukraine is something of an enigma for the visitor.' Bij het doen van onderzoek in Oekraïne is het verkrijgen van informatie een aanzienlijk grotere opgave dan in bijvoorbeeld Nederland. Een (lang) bezoek aan het land is noodzakelijk om de ruimtelijke structuur van Kiev te doorgronden, om erachter te komen hoe de lokale overheid functioneert en andere relevante spelers te definiëren. Door dit bezoek te combineren met een stage bij een Nederlands bedrijf waarvan de doelen deels overlappen met die van dit onderzoek, kan veel aanvullende informatie worden vergaard. Met name de commerciële kant en de voorspellende waarde van dit onderzoek winnen aan relevantie door informatie over bedrijven die van plan zijn zich in Oekraïne te vestigen en informatie op basis waarvan keuzes gemaakt worden met betrekking tot de vestiging van nieuwe commerciële infrastructuur in Kiev en andere steden in Oekraïne.

Multi is in 2005 op zoek gegaan naar mogelijkheden om in Oekraïne actief te worden. Pas sinds een aantal jaren lenen de economische en politieke situatie zich echt voor het doen van zaken in Oekraïne, en het opstarten van een kantoor in Kiev is dan ook allesbehalve makkelijk. Naast het algemeen meedraaien en helpen in een kantoor kan dit onderzoek, als het goed is, ook een bijdrage leveren aan noodzakelijke kennisopbouw in Oekraïne. Oekraïne is immers nog steeds een zeer ondoorzichtige markt, en met name in de beginfase is er grote behoefte aan feitelijke informatie, die inzicht geeft in trends en ontwikkelingen van een land.

### 2.5.2 *Literatuur*

Voor het eerste gedeelte van het onderzoek, de historische context, wordt literatuuronderzoek gedaan, onder meer in de collectie van het Nederlands Architectuurinstituut (NAi) te Rotterdam, waar veel literatuur is te vinden over de manier waarop in de Sovjet-Unie steden werden ingericht. De theorieën uit H7 komen zoveel mogelijk uit artikelen van de bedenkers zelf. Via de digitale tijdschriftenbank van de RuG kunnen deze achterhaald worden. Daarnaast dient de literatuur, naast tijdschriftartikelen en internet als bron voor algemene informatie

over Kiev en Oekraïne. Van de gemeente komt een aantal beleidsdocumenten dat relevant is voor dit onderzoek, namelijk een investeringsprofiel van de stad Kiev, bedoeld om potentiële investeerders van informatie over de stad te voorzien en het algemene uitbreidingsplan van de stad dat loopt tot 2020.

### *2.5.3 Observaties*

Een bezoek aan Kiev zelf is noodzakelijk om veranderingen met eigen ogen te kunnen zien en om een gevoel te krijgen van de algemene ontwikkeling van Kiev en Oekraïne. De nieuwsvoorziening over Oekraïne in Nederland beperkt zich vooral tot politieke ontwikkelingen, terwijl dit onderzoek juist over economische en ruimtelijke ontwikkelingen gaat. Een inventarisatie maken van twee winkelgebieden kan alleen door daar zelf heen te gaan en zelf te zien wat er gebeurt. Daarnaast is er van Kiev niet genoeg fotografisch materiaal beschikbaar om de lezer een impressie te kunnen geven van onder meer de winkelcentra die op dit moment functioneren. Zelf foto's maken is noodzakelijk om winkelgebieden in beeld te brengen. Via locatiebezoeken, waarbij twee winkelgebieden systematisch bestudeerd en gefotografeerd worden, kan een beeld gevormd worden van de manier waarop deze gebieden in elkaar zitten, en de transitieprocessen waaraan ze onderhevig zijn.

### *2.5.4 Interviews*

Voor het meer recente verleden, de periode sinds het uiteenvallen van de Sovjet-Unie, zal mede via interviews onderzocht worden wat de belangrijkste ontwikkelingen waren. Doordat retail als separaat economisch verschijnsel nog maar sinds kort belangrijk is voor Oekraïne, zijn er relatief weinig mensen beschikbaar met kennis over dit fenomeen. Sinds de onafhankelijkheid is er echter een aantal consultants op het gebied van onroerend goed actief in Oekraïne, zoals DTZ en Colliers International. Deze bedrijven proberen investeerders van feitelijke informatie te voorzien over verschillende onroerendgoedmarkten, zoals de kantorenmarkt, de hotelmarkt en de markt voor winkelvastgoed. Via een interview met Colliers is voor dit onderzoek geprobeerd om informatie te krijgen over de huidige markt voor winkelvastgoed, onder meer de omstandigheden waarin zaken gedaan moeten worden en de kwantiteit en kwaliteit van het huidige aanbod.

Daarnaast kan via een interview met een universitair docent stadsplanning noodzakelijke achtergrondinformatie over de structuur van de stad en over het functioneren van het Sovjetwinkelplanningstelsel gevonden worden. Hij is tevens op de hoogte over de periode direct na de onafhankelijkheid, een periode die relatief slecht gedocumenteerd is. Voor die recente periode (1991-2007) is ook een interview gehouden met een Nederlander die op dit moment in dienst is bij het grootste Oekraïense winkelbedrijf, Fozzy Supermarkets. Hij is als directeur distributie overgekomen van Ahold en als buitenlandse expert in dienst genomen. Hij ervaart de recente ontwikkelingen in Oekraïne's winkelapparaat aan den lijve en heeft zicht op ontwikkelingen nu en in de toekomst.

De interviews dienen als achtergrondmateriaal voor deze scriptie en functioneren als literatuur. Relevante uitspraken van geïnterviewden worden waar mogelijk gebruikt om het verhaal te ondersteunen. Uitwerkingen van de complete interviews zijn als bijlage opgenomen.



## H3 OEKRAÏNE EN KIEV

### 3.1 Oekraïne

#### 3.1.1 Algemeen

Oekraïne is qua oppervlakte na Rusland en Turkije het grootste land van Europa. Er wonen ongeveer 47 miljoen mensen, die in 2005 voor een Bruto Binnenlands Product van ongeveer 364 miljard dollar zorgden.<sup>1</sup> Een groot gedeelte van de Oekraïense economie is echter zwart, een erfenis van de relatieve chaos waarin het land na het uiteenvallen van de Sovjet-Unie terecht kwam (CIA - The World Factbook, 2007). Volgens een bericht in de Kyiv Post van 1 augustus 2007 belooft het informele gedeelte van de economie op dit moment zelfs ongeveer 40%.



Figuur 3.1 - Vlag van Oekraïne (CIA - The World Fact Book, 2007)

Oekraïne telt op dit moment vijf steden met meer dan een miljoen inwoners (zie figuren 3.2 en 3.3). De grootste daarvan is Kiev, waar ongeveer 2,6 miljoen mensen



Figuur 3.2 - Overzichtskaart Oekraïne (Wolters-Noordhoff, 1997)

<sup>1</sup> Ter vergelijking: het Nederlands BBP bedroeg in 2006 ongeveer \$ 530 miljard (CIA - The World Factbook, 2007)

wonen, de overige zijn Odessa in het zuiden en Dnjepetrovsk, Donetsk en Kharkov in het industriële oosten. Oekraïne deelt grenzen met Moldavië, Roemenië, Hongarije, Slowakije, Polen, Wit-Rusland en Rusland, waarvan die met Rusland veruit de langste is.

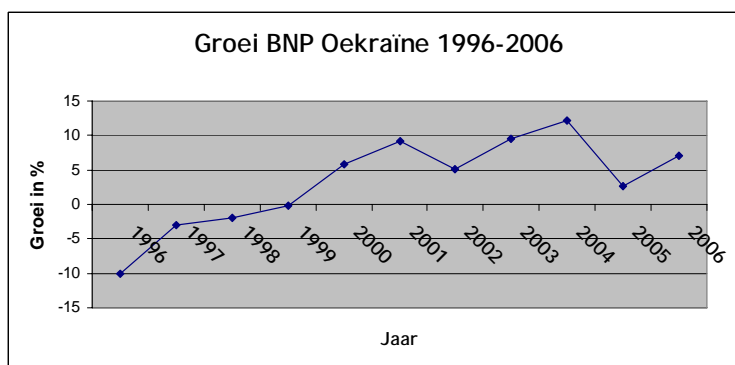
STAD	AANTAL INWONERS (x 1000)
Kiev	2637
Kharkov	1470
Dnjepetrovsk	1065
Odessa	1029
Donetsk	1016
Zaporozje	815
Lvov	733
Kryvoj Rog	665
Nykolajev	514
Mariupol	492

Geopolitiek ligt Oekraïne op een complexe plaats. Gesitueerd tussen de economische en politieke machtsblokken Rusland en de EU, fungeert Oekraïne als een belangrijk transitland. Dat kwam ook tot uitdrukking tijdens de ‘gascrisis’ in 2005. Het voormalige ‘vriendentarief’ dat door Rusland aan Oekraïne berekende, werd door Rusland naar een meer marktconforme standaard gebracht. De weigering van Oekraïne om dat veel hogere

*Figuur 3.3 - De 10 grootste steden van Oekraïne in 2001 (Staatscomité voor Oekraïense Statistiek, 2007)*

tarief te betalen leidde ertoe dat Rusland de toevoer afkneep, waarna er in West-Europa minder gas binnenkwam. De paniek die dat aldaar veroorzaakte is een indicatie van de afhankelijkheid die er in West-Europa is van Russisch gas, dat vrijwel allemaal via Oekraïne moet. Inmiddels zijn er wel vergevorderde plannen om Rusland en Duitsland via een pijplijn over de bodem van de Oostzee direct met elkaar te verbinden. Daarmee worden transitlanden vermeden.

De afgelopen jaren zijn qua economische groei turbulent geweest. Na het uiteenvallen de Sovjet-Unie is de economie acht jaar gekrompen voordat er in 2000 weer sprake was van groei. De laatste jaren is er sprake van flinke groei, die alleen door de Oranjerevolutie



en de instabiliteit van die periode enigszins negatief beïnvloed werd (zie figuur 3.4).

*Figuur 3.4 - Economische groei in Oekraïne, periode 1998-2006 (Institute for Economic Research and Policy Consulting, 2007/ UCMGroup LLC, 2003)*

### 3.1.2 Politiek

Na het uiteenvallen van de Sovjet-Unie begin jaren '90 werd Oekraïne op 24 augustus 1991 een onafhankelijk land. De eerste president was Leonid Kravtsoek, die regeerde tot 1994. Daarna werd de autoritaire Leonid Koetsjma president, die wel economische en politieke hervormingen begon, maar al snel in verband werd gebracht met allerlei corruptieschandalen, vriendjespolitiek en machtsmisbruik. Dieptepunt is een geluidsband waarop Koetsjma te horen zou zijn, terwijl hij opdracht geeft tot de moord op Georgi Gongadze, een kritische journalist die iets buiten Kiev werd gevonden, onthoofd. Deze moord in 2001 leidde tot veel protest, maar met behulp van ordetroepen kon de rust in de hoofdstad worden hersteld. Dat was in 2004 anders. Na de presidentsverkiezingen om Koetsjma op te volgen

werd een uitslag bekendgemaakt die grotendeels afweek van alle opiniepeilingen die bekend waren. In plaats van Viktor Joesjtsjenko, die in alle peilingen een duidelijke overwinning zou halen, werd Viktor Janoekovitsj, met name door Rusland ondersteund, uitgeroepen tot winnaar. Er waren echter zoveel meldingen van fraude en onregelmatigheden, dat behalve Poetin niemand Janoekovitsj als president erkende. Wekenlange, massale demonstraties, vooral in Kiev, leidden ertoe dat uiteindelijk het hooggerechtshof bepaalde dat de verkiezingen over moesten. In de tweede ronde behaalde Joesjtsjenko alsnog de overwinning en de 'Oranjerevolutie', naar de kleur van Joesjtsjenko's aanhangers, was geslaagd.

Coricelli (2007) heeft in een artikel beschreven voor wat voor dilemma's landen staan die uit een Sovjetregime een nieuw democratisch systeem proberen op te bouwen. Hij constateert een opvallend verschil tussen de landen die onder het Warschaupact vielen en de landen die deel uitmaakten van de Sovjet-Unie. Met uitzondering van de Baltische staten is het namelijk nog geen enkele voormalige Sovjetrepubliek gelukt om een goed functionerende markteconomie én een vrije en democratische samenleving op te bouwen. Landen die tot de Sovjet-Unie en het voormalige Russische Rijk behoorden hebben eigenlijk ook alleen maar dictatoriale regimes gekend.

In de beginfase van de democratisering is het bijna onvermijdelijk dat een beperkt aantal mensen snel profiteert en snel veel welvaart vergaart. De overgang naar een vrije samenleving leidt vaak tot een economische terugslag, die ertoe kan leiden dat, om de pijn voor de bevolking te verzachten, een deel van de hervormingen wordt teruggedraaid. Daardoor kan het democratiseringsproces blijven hangen. Als er eenmaal zo'n halfslachtig evenwicht is gevonden, zijn er voor de regering, waar vaak ook mensen zitten die profiteren van de status quo, weinig redenen om hervormingen door te zetten. In die situatie lijkt Oekraïne te zitten, ware het niet dat door de Oranjerevolutie er toch weer beweging is gekomen, mede ondersteund door de goede economische cijfers. Bovendien haalt Coricelli ook de (kleine) mogelijkheid voor Oekraïne aan, om nog lid van de EU te worden. Voor andere voormalige Sovjetstaten lijkt die mogelijkheid er helemaal niet in te zitten. Onder druk van de EU kunnen staatshervormingen doorgevoerd worden, die anders onder druk van de bevolking en gevestigde belangen onmogelijk zouden zijn.

KERNCIJFERS	OEKRAÏNE	EURO-ZONE
Inwoners	46,2	313,7
BNP / hoofd (EU-25 = 100 )	15	98
Groei BNP	6,80%	2,60%
Consumenten Prijs Index	10,60%	1,90%
Werkloosheid	2,50%	7,30%
Begrotingsevenwicht (% BBP)	-2,50%	0,20%
Interest (korte termijn)	N/A	4,30%
Interest (lange termijn)	N/A	4,20%
Consumptie / hoofd (euro) 2007	1.089	4.495
Consumptiegroei	11,00%	2,10%

Figuur 3.5 - Kerncijfers Oekraïne (Multi Development, 2007)

### 3.1.3 Oekraïne door de ogen van buitenlandse investeerders

De gegevens die voor buitenlandse investeerders van belang zijn, zijn gegevens die een snel overzicht geven van de economische status van een land en een aantal factoren dat van groot belang is voor de consumptieve bestedingen nu en in de toekomst. Ook wordt er veel aandacht besteed aan wat concurrenten in de markt doen. De belangrijkste algemene indicatoren voor Multi staan in figuur 3.5. Daarin wordt veel aandacht gegeven aan de hoeveelheid consumptie en de te verwachten groei voor de komende jaren.

Wat belangrijk is voor Multi is dat Oekraïne een van de laatste echt grote markten in Europa is die veroverd kan worden. Na de grote landen (Duitsland, Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Italië en Turkije) heeft Oekraïne de grootste bevolking van Europa, groter nog dan buurland Polen (38,5 miljoen inwoners [CIA, 2007]), gecombineerd met een relatief kleine economie, die nog flink kan groeien. Er is politiek nog van alles mis, maar inmiddels is er consensus over een aantal grondrechten zoals persvrijheid en overeenstemming over waar het land naartoe moet. Zo is de toetreding tot de Wereldhandelsorganisatie een belangrijk speerpunt voor de overheid, waar alle grote politieke partijen ook achter staan. Er blijven risico's kleven aan de expansie, maar succesvolle projecten leveren door het hogere risicoprofiel hogere rendementen op dan in West-Europa, waar de markt voor winkelcentra veel verder verzadigd is en projecten veel meer herstructurering inhouden.

## 3.2 Kiev

### 3.2.1 Algemeen

Kiev is de hoofdstad van Oekraïne, sinds 1991 een onafhankelijk land. Er wonen 2,6 miljoen mensen, die leven in de stad Kiev, met 1,7 miljoen mensen eromheen, die in de Oblast Kiev wonen. Deze twee gebieden beslaan respectievelijk 800 en 28.100 km<sup>2</sup> (iets kleiner dan België) en vormen het politieke en economische hart van Oekraïne.

### 3.2.2 Ontstaansgeschiedenis

Kiev is een van de oudste steden van Europa. Volgens de legende is de stad ongeveer 1500 jaar geleden gesticht door drie broers, waarvan er een Kyi heette, daar komt het Oekraïense 'Kyiv' vandaan. De stad ontstond op een kruising van oude handelsroutes, van Scandinavië naar het Byzantijnse Rijk (onder meer het huidige Turkije) en van Europa naar Azië. Twee mannen zijn uitermate belangrijk voor het uitgroeien van Kiev tot belangrijke stad: Prins Vladimir de Grote en zijn zoon Jaroslav de Wijze. Zij bestuurden de stad terwijl die hoofdstad van het Rijk van Kiev (Kievan Rus') was, een periode die uiteindelijk drie eeuwen duurde, tot de stad in 1240 werd vernietigd door oprukkende Mongoolse horden. Er gebeurde weinig gedurende bijna twee eeuwen, maar in 1393 werd Kiev geannexeerd door het Litouwse groothertogdom, en

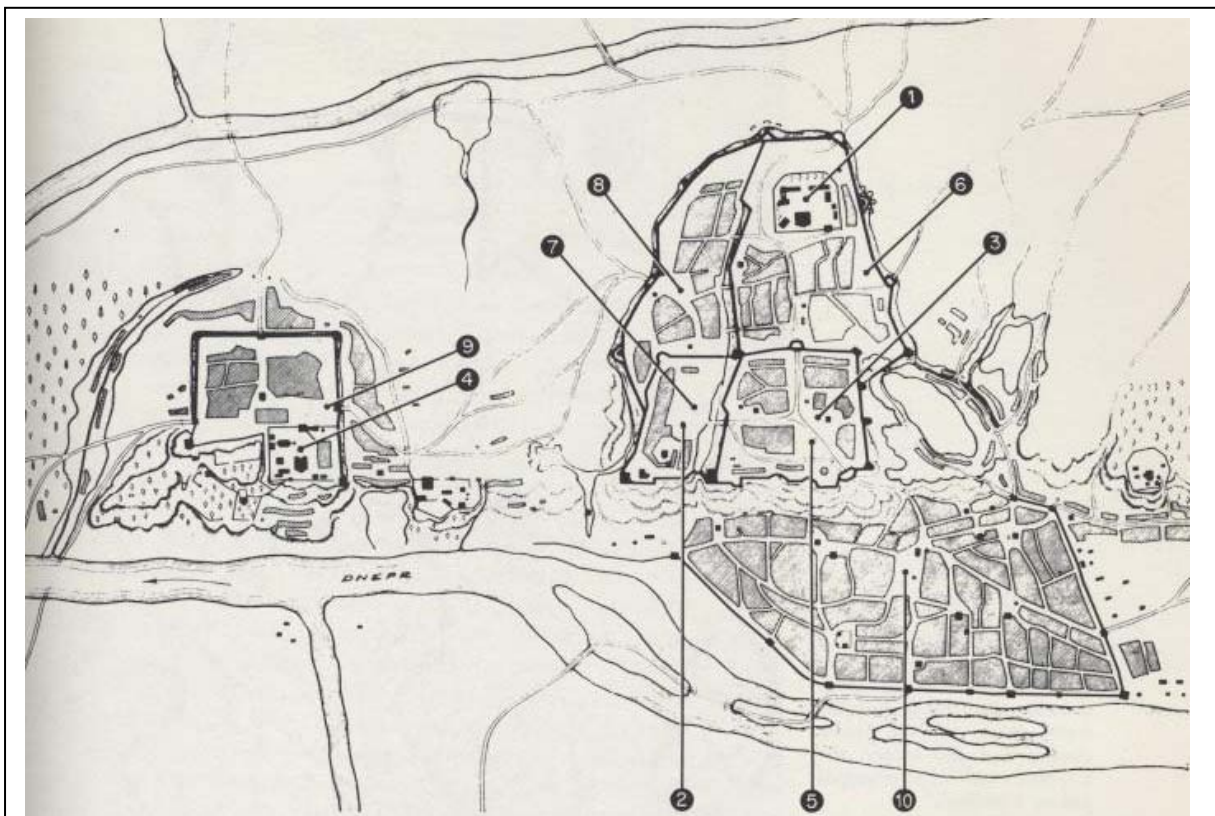
JAARTAL	INWONERS
1647	15.000
1800	30.000
1900	260.000
1914	626.000
1939	847.000
1959	1.104.000
1979	2.144.000
1985	2.462.000
1990	2.616.000
1997	2.622.000
2001	2.637.000
2004	2.611.000

Figuur 3.6 - Ontwikkeling inwonertal Kiev (SSPE Kartografia, 2004)



kwam later in handen van de Poolse koning. Aan het eind van de 15<sup>e</sup> eeuw kreeg de stad echter zelfbeschikkingsrecht en de bevoegdheid om vrijhandel te drijven. Deze relatieve zelfstandigheid zou de stad tot 1686 houden, tot het moment dat hij in het Russische rijk werd opgenomen. De plattegrond van Kiev rond 1700 is te vinden in figuur 3.7.

De 19<sup>e</sup> eeuw was een nieuwe bloeitijd voor Kiev, waarin de stad uitgroeide tot een belangrijke handels- en industriecentrum. Er was onder meer een goed ontwikkelde voedselindustrie en er werden machines gebouwd. Het was ook de periode waarin een groot deel van het huidige centrum werd gebouwd, door de oplevering van vele publieke gebouwen waaronder het eerste theater in 1805 en de universiteit in 1834, en honderden woongebouwen (Gutkind, 1972).



Figuur 3.7 - Kiev aan het eind van de 17<sup>e</sup> eeuw (Gutkind, 1972)

(N→)

1 Kathedraal van Sint Sofia; 2 Mikhailovski-klooster; 3 Kerk, gebouwd op de plek van de voormalige, door de Tartaren verwoeste Tiendenkerk; 4 Uspenski-kathedraal van het Petsjerskklooster; 5 De stad van Vladimir Sviatoslavitsj, het oudste gedeelte van Kiev; 6 en 7 De door Jaroslav gedane uitbreidingen, ommuurd door Prins Tsjerkassi in 1679; 8 Petsjerski-wijk, versterkt in de 17<sup>e</sup> eeuw; 9 Bebouwing rond het Petsjerskklooster, ommuurd in de 17<sup>e</sup> eeuw; 10 Podol

Na de Eerste Wereldoorlog viel het centrale gezag vanuit Rusland even weg en werd de zelfstandige staat Oekraïne uitgeroepen, met Kiev als hoofdstad. Er volgde nog een bloedige oorlog en in 1920 werd Oekraïne opgenomen in de Sovjet-Unie. De hoofdstad werd tot 1934 Kharkov, tot Kiev die status weer kreeg. Het

opstandige Oekraïense volk werd uiteindelijk door Stalin mede onder de duim gehouden door het veroorzaken van de 'Holodomor', de grote hongersnood die miljoenen mensen het leven kostte en door het intensief oppakken van nationalistische groeperingen (Yekelchik, 2007). Toch pakten de eerste vijfjarenplannen van de Sovjet-Unie goed uit voor Kiev, dat zich ontwikkelde tot een zeer belangrijk industrieel centrum; vlak voor de Tweede Wereldoorlog had de stad al bijna 1 miljoen inwoners.

In de Tweede Wereldoorlog viel de stad in handen van de Nazi's, zoals het hele grondgebied van Oekraïne, en de stad leed veel menselijke en materiële schade, maar na de oorlog kon de stad zich snel herstellen. Stalin bouwde er een van de meest complete paradedstraten van de Sovjet-Unie (zie figuur 3.8) en de bevolking verdrievoudigde bijna in 40 jaar (zie figuur 3.6) en Kiev was na Moskou en Sint Petersburg de belangrijkste stad van de Sovjet-Unie. Toen in 1991 de Sovjet-Unie ineens stortte en Oekraïne zelfstandig werd, was het dan ook logisch dat Kiev de hoofdstad werd. Nu is het het belangrijkste politieke, culturele en economische centrum van Oekraïne en de stad die het snelst verandert. In vrijwel alle landen van het voormalige Oostblok is gebleken dat de hoofdstad het grootste deel van de buitenlandse investeringen ontvangt. Deiters (2000) noemt deze steden, waaronder Praag, Boedapest en Kiev vallen, "Kristallisationszentren der Transformation" (p. 1).

(Encyclopaedia Britannica, 1910 / Gemeente Kiev, 2005 / Wikipedia, 2007)

### 3.2.3 Transportverbindingen

Ook in Oekraïne lopen E-routes, de Europese nummering van belangrijkste wegverbindingen. De belangrijkste in Oekraïne is de E40, die van de Poolse grens via Lvov naar Kiev loopt, en vandaar langs het vliegveld van Kiev naar het oosten, langs Poltava naar Kharkov en door naar Rostov a/d Don in Rusland. Vanuit Kiev lopen een soort radialen (M-wegen) naar alle belangrijke steden en regio's in Oekraïne.



*Figuur 3.8 - Het Onafhankelijkheidsplein in Kiev (Wikipedia, 2007)*

Dat geldt ook voor de spoorwegen. Vrijwel alle grote binnenlandse treindiensten beginnen of eindigen in Kiev. Daarnaast zijn er bijvoorbeeld internationale verbindingen met Berlijn (D), Krakow (PL), Boedapest (H), Moskou (RUS), St. Petersburg (RUS) en Astana (KZ). (Duitse Spoorwegen, 2007).

Kiev beschikt over twee vliegvelden, waarvan Borispol, ten oosten van de stad, veruit de grootste en meest internationale is. Er zijn onder meer rechtstreekse internationale verbindingen met Amsterdam, New York, Moskou, Londen, Beijing,



Delhi en Toronto . Daarnaast worden er diverse andere Oekraïense steden bediend. Vanaf Zhulyani, het kleinere vliegveld in het zuidoosten van de stad, worden naast Tbilisi in Georgië alleen zeven andere Oekraïense steden bediend (Internationaal Vliegveld Kiev [Zhulyani], 2007).

De recente economische groei heeft grote gevolgen voor de verkeerssituatie in Kiev. 's Morgens en 's avonds staan de belangrijkste verkeersaders vast. Met name de situatie dat zeer veel mensen op de linkeroever (het oosten) wonen en op de rechteroever werken, maakt dat de vier (auto)bruggen over de Dnjepr zeer zware verkeersstromen te verwerken krijgen, en ook de binnenstad is op sommige momenten vrijwel onbereikbaar. Het aantal registraties van nieuwe auto's ligt in Oekraïne op een hoog niveau, in vergelijking met landen in een vergelijkbare economische situatie, zoals Roemenië en Turkije, dus het ligt niet in de lijn der verwachting dat de problemen de komende jaren minder worden (EIU, 2007). Daar komt bij dat Kiev een van de laagste hoeveelheden doorgaande weg per vierkante kilometer van alle Europese hoofdsteden heeft (Gemeente Kiev, 2005). Het enige alternatief is dan gebruik te maken van het uitgebreide netwerk voor openbaar vervoer, waarvan de trams en metro in ieder geval eigen routes hebben. Daarnaast rijden er stadsbussen, trolleybussen, minibusjes (marsjroetka's) en taxi's.



Figuur 3.9 - Geprojecteerd lijnennet van de metro van Kiev in 2020 (Kiev Metro, 2007)

De metro is het pronkstuk van het ov-netwerk van Kiev. De aanleg ervan begon in 1960, en sindsdien is het net door continue uitbreiding gegroeid tot drie lijnen en 45 stations. Het metrosysteem is opgezet volgens het standaard-Sovjetmodel, dat voorziet in drie lijnen die elkaar in het centrum kruisen. Ook de systemen van Sint Petersburg, Moskou, Tasjkent en het geplande systeem van Novosibirsk zagen er aanvankelijk ook zo uit. Per etmaal worden er 1,7 miljoen mensen mee vervoerd. Twee van de lijnen kruisen de rivier ook, de derde blijft op de westelijke oever. Grote delen van de stad zijn nog niet aangesloten op het systeem en daarom zijn er ambitieuze plannen om tot 2020 het netwerk nog grootschalig uit te breiden naar tenminste vijf lijnen, die dan vrijwel alle grote wijken zullen beslaan (zie figuur 3.9). Ook is er voorzien in een light-railverbinding naar het westen. In het algemene ontwikkelingsplan van Kiev is ook nog een lijn op de linkeroever bedacht die naar het zuiden doorloopt, naar de uitbreidingswijken aan de zuidoostkant van Kiev.

Voor de verbindingen op kortere afstand zijn er lijnbussen en trolleybussen, die op dezelfde manier functioneren als overal. Er zijn echter in Kiev ook marsjroetka's, die door een vaste chauffeur over een vast traject worden gereden. Er zijn haltes, maar iedereen kan langs de route het busje aanhouden en ook uitstappen waar men wil. Prijzen van openbaar vervoer in Kiev zijn laag. De enkele reis met de metro kost 50 kopeken (€ 0,07), en met de bus of marsjroetka tussen de 1 en 2 Hryvnia (€ 0,14 - € 0,28). Doordat de prijzen zo laag zijn is het openbaar vervoer zeer druk; het prijsverschil met het hebben van een auto is nog steeds groot, ondanks het feit dat brandstof 50% goedkoper is dan in Nederland.

#### 3.2.4 Structuur

De rivier de Dnjepr splitst de stad. De verschillend tussen de linkeroever (oost) en rechteroever (west) zijn groot. Dat komt onder andere door puur geografische factoren als reliëf. De westoever is heuvelachtig en geaccidenteerd terrein, terwijl de oostoever een grote vlakte is en lange tijd onbebouwd is gebleven en is vanaf 1920 bebouwd met eentonige Sovjetuitbreidingswijken (zie figuur 3.10). Op de westoever ligt de oude stad, met alle overheidsgebouwen en grote instellingen als de universiteit. Het grootste gedeelte van de werkgelegenheid bevindt zich dan ook ten westen van de rivier. Een verder overzicht van de stad is te vinden in appendix 1.



*Figuur 3.10 - Zicht op de linkeroever, naar het oosten, met metrolijn 1 en Brovarskiy Prospekt (Eigen foto, 2007)*



## DEEL II      HISTORISCHE CONTEXT

### H4      SOVJETPLANNING EN KENMERKEN VAN HET SOCIALISTISCH SYSTEEM

#### 4.1    *Inleiding*

Als separaat land is Oekraïne in feite pas gedurende de Sovjet-Unie gevormd. De leiding in Moskou heeft in de jaren '20 actief aan 'nation-building' gedaan, door aanvankelijk de Oekraïense taal en cultuur actief te promoten in de nieuw gevormde 'Oekraïense Socialistische Sovjet-Republiek'. Totdat al het grondgebied waar Oekraïners leefden in een logische bestuurlijke eenheid werd gegoten, bestond het land in feite niet.

Er lijken voor Kiev grofweg drie periodes te bestaan waarin op totaal verschillende manieren werd omgegaan met de verkoop van goederen en levensmiddelen. Dat zijn de periodes vóór, gedurende en na de Sovjet-Unie. Ervoor was er ondanks het opkomen van de natiestaat in de 19<sup>e</sup> eeuw geen centrale overheid die zich bemoeide met dit soort aspecten van het maatschappelijk en zakelijk verkeer: retail was een private activiteit. Gedurende de Sovjet-Unie, de periode 1922-1991 voor Oekraïne, was het juist de staat die zoveel mogelijk invloed probeerde te hebben op alle facetten van het dagelijks leven. Nadat de Sovjet-Unie uiteenviel, werd er vrijwel niets meer door de overheid geregeld. Alle detailhandel die voorheen via staatswinkels liep werd geprivatiseerd. De geboden vrijheid werd door talloze ondernemers benut om zelf winkels en bedrijven op te zetten. Sinds 1991 is dus in Oekraïne en Kiev sprake van een zeer vrije markt, waarin de overheid nauwelijks ingrijpt.

#### 4.2    *Voor 1922*

Detailhandel gebeurde voornamelijk via de markt, via boeren die hun producten bij de steden aanboden en via mensen onderling. Steden hadden een belangrijke rol als verzamelplaats van handelaren en potentiële afnemers, maar er was niemand die de handel professioneel organiseerde. Handel en prijsvorming kwam via een natuurlijke combinatie van vraag en aanbod tot stand.

In Kiev was er een netwerk van markten door de stad, waar mensen vanaf het platteland heen konden komen om hun waren aan te bieden. De markten waren in de centra van de oude wijken gepositioneerd, zoals bijvoorbeeld in het centrum van Petsjersk of Podol. Daarnaast waren Kresjtsjatiek en de hoofdstraat door Podol al in gebruik als winkelstraten (Interview Drapikovskiy). Detailhandel had echter een sterk gedecentraliseerd karakter en een kleinschalige opzet: weinig winkels en weinig aanbod.

#### 4.3    *Sovjetplanning op landelijk niveau*

Gezien het feit dat de Sovjetunie invloed had op zowat alle aspecten van het dagelijks leven, schept het geen verbazing dat de staat ook de ruimtelijke ordening domineerde. Om te kijken naar de manier waarop in Kiev ruimte voor detailhandel ontstond, is het noodzakelijk om te kijken naar de ruimtelijke ordening van de Sovjet-Unie in het algemeen. Zoals verderop zal blijken speelde detailhandel geen belangrijke rol in de Sovjet-Unie en was veel meer de productie van industriële producten leidend voor de manier waarop steden werden ingericht. Private consumptie en dus ook de faciliteiten daarvoor werden gezien als kapitalistische

activiteiten, waarvoor in de Sovjet-Unie derhalve, afgezien van noodzakelijke aankopen, weinig ruimte was. Michalak (2001) beschrijft hoe voor alle sectoren van de economie een score werd gegeven, om aan te geven hoe wenselijk ontwikkeling ervan was voor Marxistisch-Leninistische principes. Zware industrie en mijnbouw stonden bovenaan, retail onderaan. Het werd voornamelijk gezien als doorgeefluik van producent naar consument.

Perzik et al. (1998) geven een beschrijving van de manier waarop de ruimtelijke ordening in de Sovjet-Unie georganiseerd was. Ze constateren allereerst een duidelijk verschil tussen 'regionale planning' en 'regioplanning', als instrumenten om de ruimtelijke structuur van het land te bepalen. Regionale planning was een vanuit de centrale overheid aangestuurde planning die gericht was op het halen van veelal economische doelen. Het ging hier dan voornamelijk om grote economische projecten in macro-economische zones in de Sovjetrepublieken of Rusland zelf. Vanuit de staatsplanningcommissie (GosPlan) of vanuit de planningscommissies van de Sovjetrepublieken werden planningsrichtlijnen opgesteld, die vervolgens in een één-, vijf- of meerjarenplan werden vertaald, waarbij ook de financiële randvoorwaarden werden vastgelegd. Als de verantwoordelijke overheden er hun goedkeuring aan hadden gegeven hadden ze de status van een wet en dienden de plannen dus te worden uitgevoerd.

Met regioplanning wordt het hele proces van projectplanning en het omzetten van planrichtlijnen, voortvloeiend uit de regionale planning, in concrete plannen bedoeld. Dit omvatte ook het maken van kaarten en de verdeling van alle planobjecten als fabrieken, energiecentrales, woningbouw, enzovoorts over de ruimte. Deze plannen werden voor de lange termijn vastgelegd en bevestigd op verschillende overheidsniveaus. Afhankelijk van het belang dat aan bepaalde plannen werd gehecht kon de centrale overheid of de regio (de Oblast) goedkeuring verlenen aan de plannen. Gezien de lange tijdsduur van deze plannen en de grote invloed van industrieministeries en andere economische autoriteiten met eigen planbureaus waren ze niet bindend, maar hadden ze meer een aanbevelend en sturend karakter.

#### *4.4 Tijdvakken*

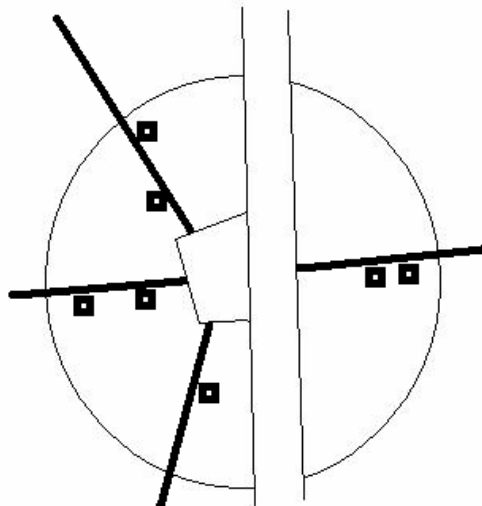
Met het verstrijken van de tijd veranderden uiteraard de prioriteiten binnen de regionale planning van de Sovjet-Unie. Perzik et al. (1998) definiëren vier periodes die binnen de ongeveer 70 jaar dat de Sovjet-Unie bepalend was voor de ruimtelijke ordening van zijn territorium (Perzik et al., 1998, p.11-12).

##### *4.4.1 Periode voor de oorlog (1930-1941)*

In de jaren '20 en '30 werd begonnen met het aanleggen van een grootschalig net van elektriciteitscentrales. In het plan GoElRo (Staatsplan voor de elektrificatie van Rusland) werden voor het hele land energiecentrales gepland en gebouwd op plekken waar men ook grote economische en industriële activiteiten wilde initiëren. In deze periode ontstonden ook grootschalige plannen voor recreatiecomplexen en de bouw van kuuroorden, bijvoorbeeld aan de Zwarte Zee. Met de bouw van energiecentrales kwamen ook grootschalige metallurgische complexen, kolen- en ijzerertswinning, machinebouw en chemische industrie in ontwikkeling. De belangrijke symbolische waarde van elektriciteit voor de Sovjet-Unie kwam ook terug op veel propagandaposters, waar heldhaftige arbeiders tegen

een achtergrond van hoogspanningsleidingen werkten aan een glorieuze toekomst. Ook Gradow (1972) ziet een belangrijke rol voor elektriciteit en gelooft er op dat moment in dat elektriciteit in de toekomst de belangrijkste energiebron voor vervoer zal zijn.

Ook Kiev ontkwam niet aan grootschalige industrialisering. Waar de stad voorheen altijd veel meer als handelscentrum gefunctioneerd had, met een sterke rol voor



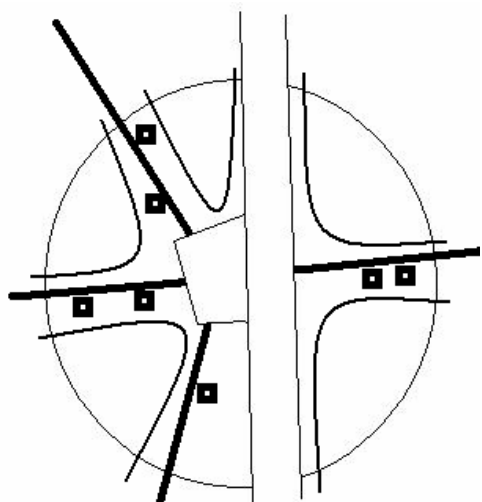
Figuur 4.1 - Schematische opbouw Kiev in de periode 1917-1940 (Naar: interview Drapikovskiy)

bijvoorbeeld het bankwezen, werden nu langs de grote uitvalswegen van de stad industriële complexen gebouwd, met bijbehorende woongebieden. Zo ontstonden rond de oude stad allemaal los van elkaar functionerende fabriekswijken. In de centra van de woonwijken was een aantal kleine winkelvoorzieningen gepland, waarmee in basisbehoeften kon worden voorzien. In een schema zag de stad er uit als in figuur 4.1. De zwarte lijnen zijn de grote uitvalswegen vanuit het oude centrum, waarlangs de industriegebieden met woonwijken gebouwd werden.

In 1920 maakte Kiev ook de sprong naar de linkeroever, tot dan toe een grote vlakte met een aantal kleinere dorpen. Langs de uitvalswegen richting Brovary en Borispol werden industriegebieden gepland.

#### 4.4.2 Periode na de oorlog (1945-1969)

In de jaren '40 en '50 werd er veel oorlogsschade hersteld en werden meer projecten omtrent energie in gebruik genomen. Zo werd in Siberië een stuwdammencomplex in de rivier de Jenissej gebouwd en werden de olie- en gasvoorraden van West-Siberië ontsloten. Langzaam ontstond ook het besef dat er een coördinerende regionale planning moest zijn, om verschillende claims op het land tegen elkaar af te wegen. Dit leidde ertoe dat in de jaren '60 in korte tijd een vertienvoudiging van het onderzoek naar regionale planning plaatsvond. Hierbij werd ook weer gekeken naar de regio's die in een eerder stadium in ontwikkeling waren gebracht.



Figuur 4.2 - Intensivering van buitenwijken Kiev door de bouw van flatwijken (Naar: interview Drapikovskiy)

De uitbreiding van industriële complexen in Kiev ging in hoog tempo door, waarbij met de bouw van flatwijken de ruimte tussen industriële wijken steeds intensiever benut werd (zie figuur 4.2). De bouw van woonwijken en industriegebieden kreeg een steeds verder gestandaardiseerd karakter. Voor de bouw van een bepaald gebied werd een budget gemaakt,

waarin 6% van het geld bestemd was voor sociaal-culturele en andere wijkvoorzieningen, zoals winkels. In de praktijk functioneerde deze 6% meer als post onvoorzien, wat meestal ten koste ging van de voorzieningen in de wijk. Vanaf 1960 begon de aanleg van de metro in Kiev, met de rode lijn die in west-oost richting de rechter- en linkeroever met elkaar verbond.

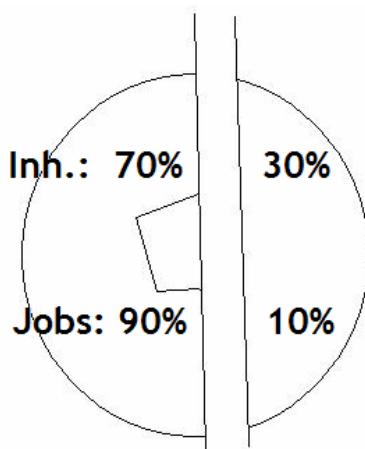
#### 4.4.3 De jaren '70 (1970-1979)

In de jaren '70 worden alle regionale plannen steeds meer in onderlinge samenhang bekeken en ontstonden de eerste nationale verdeelsleutels voor productiemiddelen en grondstoffen. Voor het eerst werden plannenmakers geconfronteerd met milieuproblemen en ongecoördineerde groei van industriële agglomeraties, wat ertoe leidde dat er een grootschalig onderzoek werd opgezet naar honderden middelgrote steden, die allemaal beoordeeld werden op hun vestigingsplaatsfactoren. Aan de hand daarvan werden weer nieuwe 'groei-kernen' aangewezen.

In Kiev gold de linkeroever als overloopgebied voor de stad, en daar werden ook de meeste nieuwe wijken neergezet in deze periode. Het metronet werd verder uitgebreid en de stad groeide. Detailhandel werd volgens het in de jaren '60 ingevoerde strikt hiërarchische systeem gepland in de centra van wijken.

#### 4.4.4 De jaren '80 en '90 (1980-1994)

In de jaren '80 en begin jaren '90 werd voor 3000 'gemeentes' (rajony) in alle Sovjetrepublieken een ontwikkelingsplan opgesteld. Daarnaast werden regionale ontwikkelingsplannen ontwikkeld voor een aantal 'oblasty', zoals de regio Moskou. Met de ineenstorting van de Sovjet-Unie in december 1991 hield de centraal geleide planning in de Sovjetrepublieken op, terwijl in Rusland zelf nog wel gewerkt werd met de globale inrichtingschema's zoals ze er lagen.



Figuur 4.3 - Verdeling van inwoners ('inh.') en arbeidsplaatsen ('jobs') over de beide oevers (Naar: interview Drapikovskiy)

#### 4.5 Doelen

Zoals blijkt uit het historische overzicht, was planning eigenlijk volgend aan economische ontwikkeling. Er werden zones aangewezen waar stroom opgewekt kon worden en industrie gecreëerd kon worden, en vervolgens werden steden uitgebreid om arbeiders te huisvesten. Dat zorgde voor grote planningsopgaven, mede omdat de groei van steden zo snel ging. Er werd vanuit de Sovjet-Unie wel naar andere landen gekeken, om te zien met wat voor problemen daar geworsteld werd. Het Instituut voor Samenlevingsbouw in Moskou probeerde op wetenschappelijke wijze met behulp van economisch-theoretische modellen de voorwaarden voor een ideale communistische stad te schetsen. Daarbij werd ook gewezen op de problemen van 'kapitalistische' steden.

“Probleem met natuurlijk ontstane steden is dat ze te groot worden voor hun type opzet en dat mensen er teveel tijd verliezen, bijvoorbeeld doordat ze moeten reizen. Problemen die ontstaan zijn de volgende:

- Vernietiging van natuur; de stad wordt overstelpt met uitlaatgassen en lawaai; er ontstaat een vlucht uit de stad naar de natuur, men gaat op twee plekken wonen
- Extensieve benutting van het oppervlak, intensivering van de banden tussen wonen, werken en instellingen, waardoor zinloos tijdverlies ontstaat tijdens het woon-werkverkeer (1 tot 3 uur dagelijks, ofwel 5 werkzame jaren op een leven)
- Extreme versplintering van de bebouwing, kleinschalige woonvormen; kleine huishoudens, waardoor veel tijd verloren gaat en de persoonlijke ontwikkeling gehinderd wordt
- Crisis in het stadsverkeer, verstopping van de stad met auto's
- Chaotische ruimtelijke inrichting
- Hoge kosten van levensonderhoud in het urbane gebied”

(Gradow, 1971, p.6)

Ook Gutnov et al. (1968) constateren deze problemen. Mede onder verwijzing van de ‘urban sprawl’ die zich in die periode bijvoorbeeld rond Los Angeles voltrok betogen zij dat kapitalisme ervoor zorgt dat voorzieningen uit de binnensteden wegtrekken en dat de grote steden ‘oplossen’. Er ontstaat dan een nieuwe rangorde, van centrale stad, kleinere perifere centra, buitenwijken voor arbeiders, industriesteden, dorpen, boerderijen, industriële complexen, onderzoekscentra en winkelcentra. Dit leidt tot de megalopolis: het ongeplande resultaat van kapitalisme. Met name het enorme ruimtebeslag wordt hier gehekeld. Het Amerikaanse principe dat iedereen een eigen huis met een tuin krijgt kan volgens hen niet goed werken. De grootschalige bouw van kleine vrijstaande huizen leidt tot vernietiging van het basisprincipe van dit soort woningen. Niemand woont werkelijk op zichzelf, en het leidt tot enorm groot landverbruik. Derhalve moet men, om grote hoeveelheden mensen allemaal privacy te kunnen bieden, hoogbouw neerzetten (Gutnov et al., 1968).

Ook Gradow (1971) vindt dat er daarom een nieuwe sociale en stedenbouwkundige structuur nodig is, die uitgaat van het principe van functionele differentiatie en bouwt op een goede samenhang tussen wonen, industrie, en ook materiële en culturele voorzieningen. Er is een heel nieuwe soort architectuur nodig om deze ontwikkelingen te schragen. De focus van de Sovjet-Unie op met name economische factoren komt weer naar voren op het moment dat een van de belangrijkste argumenten naar voren komt: deze stedenbouwkundige structuur zal een drastische verhoging van de arbeidsproductiviteit tot gevolg hebben.

Het totalitaire karakter van de stedenbouw blijkt ook uit figuur 4.4. In deze tabel staan door het Instituut voor Samenlevingsbouw uitgerekende streefwaarden voor de toedeling van diensten en gebouwen aan wijken. Deze normen werden gebruikt voor nieuwe wijken. De ruimtelijke weerslag van deze normen werd voor verschillende stadsgroottes uitgewerkt (zie bijlagen) en met behulp van deze

modellen probeerde men tegen te gaan wat er met name in de Verenigde Staten gebeurde: een ongebreidelde groei van steden met alomtegenwoordig privébezit.

Type gebouw of dienst	Capaciteit	Waarden (per 1000 inwoners)			
		Stand op 1-1-1965	Stedenbouwkundige norm	Streefwaarde	Toekomstperspectief
Voorschoolse opvang	<i>Plaatsen</i>	46,4	90	100-110	140
Algemene scholen	<i>Scholieren</i>	16	160	180-200	210
Internaten	<i>Scholieren</i>	4,8	--	50-60	180
Middelbare Beroepsonderwijs	<i>Scholieren</i>	13,2	20	50-60	--
Hoger Beroepsonderwijs	<i>Scholieren</i>	13,5	18	40-50	80
Hogescholen	<i>Scholieren</i>	12,5	15	20-30	40-50
Levensmiddelenverkoop	<i>Arbeidsplaatsen</i>			5-6	2
Industriële productenverkoop	<i>Arbeidsplaatsen</i>	6,6	7,6	5-6	8
Horeca	<i>Plaatsen</i>	42,8	40	90-100	200
Dienstverlening	<i>Arbeidsplaatsen</i>	5,1	9	9	10-12
Wasserijen	<i>Kg Was</i>	--	50	120-150	200
Poliklinieken	<i>Jaarlijkse bezoeken per persoon</i>	--	26	30	35
Ziekenhuizen	<i>Bedden</i>	9,3 <sup>1</sup>	12,2	13-13,5	13,5
Sanatoria	<i>Bedden</i>	1,5	2,4	3	4
Verpleeghuizen	<i>Bedden</i>	0,9	7	22	80
Jeugdherbergen	<i>Plaatsen</i>	0,3	1,1	8	25
Pionierkampen	<i>Plaatsen</i>	7,1 <sup>1</sup>	--	40-50	70
Sportvelden	<i>Hectare</i>	0,12 <sup>1</sup>	--	0,8-1	1,5
Sporthallen	<i>m<sup>2</sup></i>	7,5 <sup>1</sup>	--	100-150	300
Clubs	<i>Plaatsen</i>	30,2	25	60-70	75
Bioscopen	<i>Plaatsen</i>	26	40	45-50	60
Theater, circus	<i>Plaatsen</i>	3,5	4,2	7-9	10
Bibliotheken	<i>1000 Boeken</i>	4,3	6	9-10	10
Hotels	<i>Plaatsen</i>	1,8	5	7	10-20

<sup>1</sup> Inclusief omliggende landelijke gebieden

Figuur 4.4 - Streefwaarden type gebouw en diensten (naar: Gradow, 1971)

#### 4.6 Socialisme en detailhandel

Dawson (1983) constateert dat de staat de doorslaggevende stem had bij het ontwikkelen van winkelveorzieningen. Uit figuur 4.4 blijkt ook dat er voor detailhandel en consumeren geen belangrijke rol was weggelegd: slechts 6,6 mensen per 1000 inwoners, ofwel 0,66% van de bevolking, is actief in de levensmiddelen- of industriële productenverkoop. Ter vergelijking: in Nederland is op dit moment ongeveer 10% van de beroepsbevolking actief in de detailhandel (Ministerie van Economische Zaken, geciteerd in: Evers, 2005). Michalak (2001) merkt zelfs op dat in Polen de woorden 'handelaar' of 'verkoper' als scheldwoorden gebruikt werden.

Winkelvoorzieningen waren vooral geconcentreerd op de begane grond van flats of ze waren verspreid in kleine units door de wijk (Dawson, 1983). Ook in de ontwerpen van het Instituut voor Samenlevingsbouw speelt winkelruimte een marginale rol. In de eerder genoemde basisschema's voor stedenbouw die het instituut geproduceerd heeft (zie Appendix 6), blijkt dat er een handelscentrum van de wijk gesitueerd wordt, maar dat dat zeer klein is en ongeveer van een vergelijkbaar formaat is als alle culturele voorzieningen. De marginale rol blijkt verder uit het feit dat detailhandel samen met sociaal-culturele en andere wijkvoorzieningen als een soort sluitpost op de begroting van geplande uitbreidingswijken fungeerde (Interview Drapikovskiy). Dat duidt op een heel andere prioritering van de maatschappelijke verhoudingen, met name gezien de prominente rol die detailhandel tegenwoordig in stads- en buurtcentra speelt. Een extra reden voor het feit dat detailhandelstromen klein waren was dat grote fabrieken, zoals Thyssen-Krupp dat in de 19<sup>e</sup> eeuw in Duitsland deed, zelf een groot aantal moeilijk te verkrijgen goederen distribueerden onder hun werknemers. De schaarste betekende dat het voor werknemers vaak veel aantrekkelijker was om producten te krijgen dan loon, omdat daarmee toch vrijwel niets gekocht kon worden (Michalak, 2001 / Kok, 2007).

#### 4.7 Hiërarchie

Ondanks de relatief kleine rol van detailhandel in de Sovjet-Unie werd er wel een systeem voor uitgedacht dat nog steeds zijn sporen achterlaat in vrijwel alle steden van de Sovjet-Unie. In de jaren '60 werd er een strikt hiërarchisch model uitgewerkt waarin per onderdeel van de stad een voorzieningenniveau werd aangehouden. Het systeem werkte met vier lagen:

- Buurt - (Mikrorajon - Микрорайон)
- Wijk - (Zjeloy massiv - Желой массив)
- Stadsdeel - (Rajon - Район)
- Stad - (Gorod - Город)

Deze lagen zijn vrijwel identiek aan het systeem zoals dat in Nederland bekend is, alleen kon het in de Sovjet-Unie dankzij de staatsinrichting veel verder doorgevoerd worden. Het systeem werkte met verschillende dienstenniveaus. Op buurtniveau waren alleen de 'basics' verkrijgbaar: dagelijkse boodschappen als brood, melk, vlees en groenten. Op wijkniveau waren winkels te vinden die eens per week of eens per twee weken aangedaan werden: een gastronom (supermarkt), waar fruit, huishoudelijke artikelen en wat kleding verkocht werden. Op stadsdeelniveau waren de centrale markten te vinden, iets grotere supermarkten en meubel- en kledingzaken.

De hoogste laag in de hiërarchie was het stadsniveau. Voor Kiev waren dat drie winkels: TsUM in het stadscentrum, Ukraina Univermag daar iets ten westen van, en Detskiy Mir op de linkeroever. Hier werden de meest exclusieve producten verkocht, producten die buiten de grote steden niet verkrijgbaar waren. De stadscentra waren veruit de belangrijkste plaatsen om aan producten te komen, omdat de wijkcentra lang niet altijd over afdoende winkelvoorzieningen beschikten. Derhalve liep ongeveer 50% van alle verkopen via winkels in

binnensteden, wat ook een gevolg was van de uitstekende OV-verbindingen vanuit de wijken naar de stad, die goedkoop benut konden worden (Michalak, 2001).

Het systeem leidde er mede toe dat men begon met het maken van kleine winkelcentra in de centra van wijken, in plaats van winkelvoorzieningen op de onderste verdiepingen van woongebouwen te openen, zoals daarvoor te doen gebruikelijk was. Het hiërarchische systeem heeft tot 1991 stand gehouden, waarna de centrale sturing wegviel en detailhandel een zaak werd van private ondernemers. (Interview Drapikovskiy)



## H5 NA DE ONAFHANKELIJKHEID

### 5.1 *Maatregelen na 1991*

Het uiteenvallen van de Sovjet-Unie en het Warschaupact leidde ertoe dat de landen in Midden- en Centraal-Europa uit de communistische invloedssfeer kwamen. In Midden-Europa gingen de voormalige leden van het Warschaupact vrijwel allemaal een pro-Westerse koers varen, resulterend in het lidmaatschap van de EU per 1 mei 2005 van Polen, Tsjechië, Slowakije, Hongarije en Slovenië, terwijl Oost-Duitsland in 1990 al samen was gegaan met West-Duitsland. In 2007 kwamen ook Roemenië en Bulgarije bij de EU, waardoor alleen Albanië en een aantal landen dat voortkwam uit voormalig Joegoslavië (nog) geen lid is van de EU. De landen van de voormalige Sovjet-Unie die het meest westelijk gepositioneerd zijn, de Baltische staten, Wit-Rusland en Oekraïne, volgden allemaal hun eigen weg na 1991. De Baltische staten werden ook lid van de EU in 2005, Wit-Rusland is overgebleven als de laatste dictatuur van Europa onder Alexander Loekasjenko.

Oekraïne veranderde in 1991 radicaal. In de eerste jaren na de val van de Sovjet-Unie en de eerste jaren van onafhankelijkheid kwam Oekraïne in een diepe economische crisis terecht, waarbij het BNP 40% kromp en de eerste onafhankelijke munteenheid, de Karbovanets (het Oekraïense woord voor Roebel), recordinflatiecijfers boekte. Pas na een aantal ingrepen door de regering en de introductie van de Hryvnia in 1996 kwam er rust aan het economische front en kon Oekraïne beginnen met de opbouw van een normaal functionerende markteconomie (Yekelchuk, 2007).

Om een overgang te kunnen maken van een centraal-geleide naar een vrije markteconomie, moest een aantal maatregelen genomen worden. Die moesten private initiatieven mogelijk maken en macro-economische randvoorwaarden voor groei garanderen. Sýkora (1994) onderscheidt drie belangrijke processen die de herstructurering van postsocialistische economieën in gang zetten:

- Deregulering van distributie
- Prijsliberalisatie
- Privatisering van collectieve goederen

Al deze factoren hadden ook fundamentele invloed op de manier waarop de detailhandel georganiseerd was. Allereerst werd in korte tijd de distributie compleet gereorganiseerd: niet langer waren het staatswinkels die consumptiegoederen distribueerden, maar mensen konden zelf handel gaan drijven. Ook de distributie via fabrieken viel weg door grote faillissementen. Daarnaast bracht prijsliberalisatie een veel beter evenwicht aan tussen vraag en aanbod, waardoor tekorten vrij snel verdwenen.

In Oekraïne werd het land, in feite het belangrijkste gecollectiviseerde goed, in 1992 verdeeld aan de hand van de Wet op Eigendomsrecht. Daarin werden drie categorieën onderscheiden: privaat land (woningen, grond in de steden), collectief land (agrarisch gebied) en publiek land (in bezit van de staat). Private grond kon alleen in het bezit zijn van burgers, en ook collectief land mocht niet gekocht worden door bedrijven. Op deze manier hield de overheid in theorie een behoorlijke controle over de ruimte.

## 5.2 Stedenbouwkundige en winkelontwikkelingen na 1991

De crisis van 1991 maakte dat er tussen 1991 en 1996 eigenlijk geen bouwactiviteit was. De Bruin (1997) geeft een indicatie van de manier waarop voormalige communistische steden veranderden qua ruimtelijke opbouw. De structuur die gevormd was tot eind jaren '80 reflecteerde eigenlijk vrijwel niet de opbouw van een in een vrije markteconomie tot stand gekomen grote stad, met hoge huren en hoogwaardige functies in het centrum, en laagwaardige erbuiten. Wat er derhalve in de jaren '90 in de meeste Oost-Europese steden gebeurde was het volgende:

- Uitstoot van laagwaardige functies uit de binnenstad door stijgende huur- en grondprijzen, doordat er met de introductie van marktwerking huur- en grondprijsgradiënten ontstonden;
- Sterke wijzigingen in het functiepatroon van steden;
- Vrij weinig nieuwbouwactiviteiten, waardoor steden vrijwel niet uitbreidden, maar er vooral binnen steden verschuivingen plaatsvonden, waarmee ook het sterk monofunctionele karakter van steden veranderde.

(De Bruin, 1997)

Kiev is later met deze processen, doordat de crisis waarin Oekraïne terechtkwam tot een vrijwel volledige bouwstop leidde en tot grote leegstand in met name detailhandel op wijk- en stadsdeelniveau. Drapikovskiy onderscheidt voor de periode 1991-1996 drie soorten winkelontwikkelingen:

1. Kiosken en straathandel; overal waar grote mensenstromen waren, zoals bijvoorbeeld in onderdoorgangen onder drukke pleinen en bij metrostations, ontstond informele straathandel. Die handel kon zelfs vanuit de kofferbak van een auto plaatsvinden;
2. Bazaarhandel; een aantal illegale markten ontstond, waarvan de grootste op de omgang rond het grote Respublikanskiy Stadion van Kiev, maar ook in buitenwijken als Trojesjtsjina, Petrivka en Livoberezjna;
3. Ombouw plinten; op de eerste verdiepingen van woongebouwen werden winkels gecreëerd, een praktijk waar men in de jaren '60 juist vanaf was gestapt, maar die nu uitkomst bood om in het gebrek aan winkelruimte te voorzien. Ook garageboxen werden in winkels veranderd.

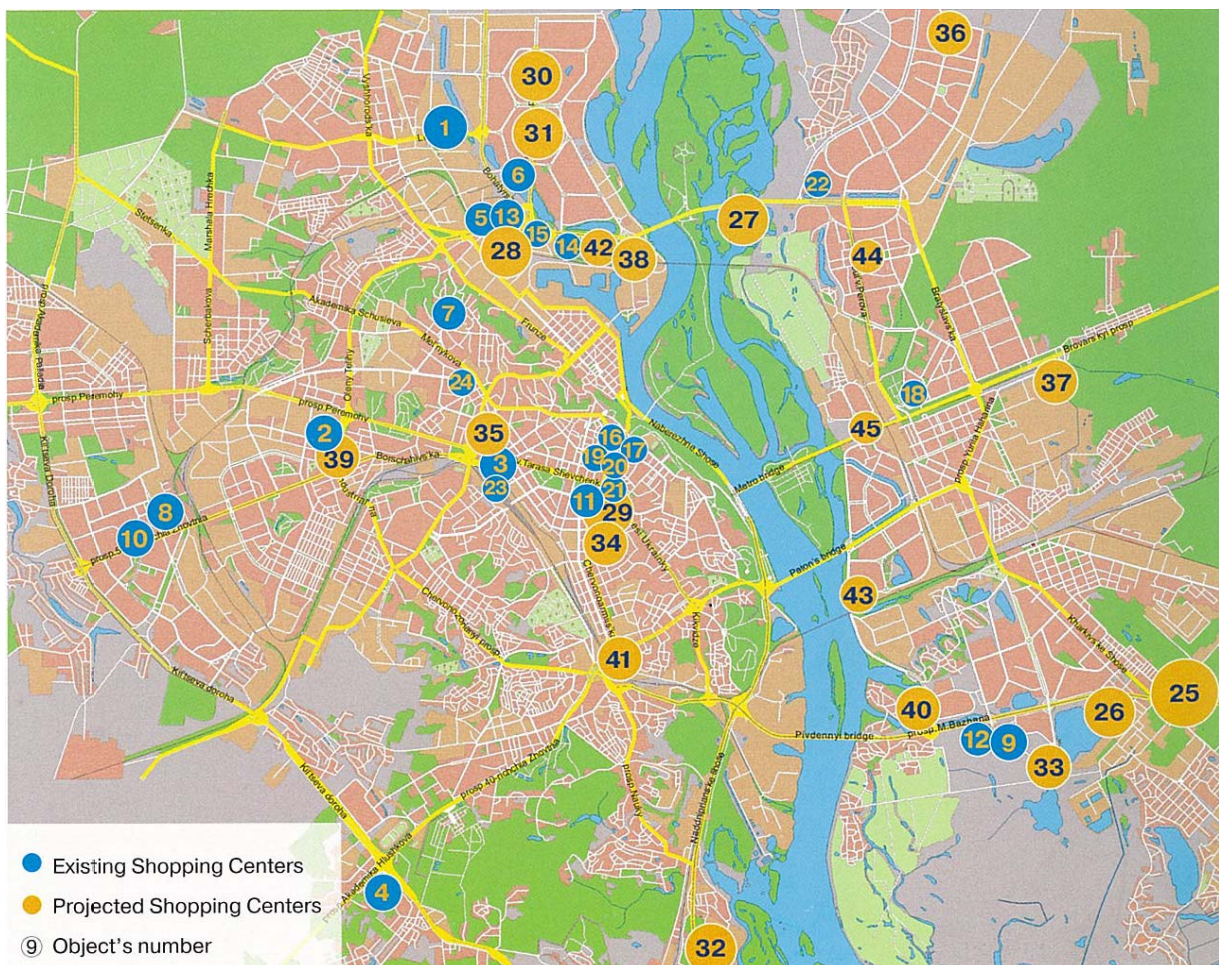
(Interview Drapikovskiy / Kok, 2007)

Al deze ontwikkelingen vonden plaats om te voorzien in de nieuwe vraag: naar goederen maar ook naar kleinschalige winkelruimte. In deze eerste fase was immers de vraag naar primaire goederen als levensmiddelen relatief hoog, terwijl traditionele kanalen als staatswinkels en directe distributie door fabrieken niet meer functioneerden.

Na deze eerste fase kwam Billa, een discountsupermarkt uit Oostenrijk, in 1997 als eerste buitenlandse supermarktketen naar Kiev. Deze winkel betrok als pionier een pand langs de zuidelijke uitvalsweg naar het vliegveld, op de linkeroever. Op dat moment waren lokale partijen begonnen met het in gebruik nemen van de leegstaande voormalige winkels van 2<sup>e</sup> en 3<sup>e</sup> categorie, en bezig daar supermarkten

in te vestigen. Die ontwikkelingen gingen razendsnel, zij het minder snel dan in Midden-Europa: in 1991 was er nog niks en binnen 15 jaar was er een landelijk netwerk van supermarktbedrijven (Interview Goris). Ook lege fabriekspanden op gunstige locaties, zoals bij Petrivka, werden benut voor detailhandel.

Belangrijke administratieve veranderingen, die het ook mogelijk maakten voor buitenlandse investeerders om in Oekraïne te zaken te gaan doen, waren twee presidentiële decreten, in 1995 en 1999, en het definitief in de landcodex en wet opnemen van deze besluiten in 2001. In 1995 werd het mogelijk gemaakt om land te kopen of huren voor private doeleinden, en in 1999 kon alle land, behalve agrarisch land, verkocht worden. Nadat deze besluiten in 2001 tot wet werden gemaakt, werd het mogelijk voor buitenlandse partijen om grondposities te verwerven in Oekraïne en kon er geïnvesteerd gaan worden door buitenlandse projectontwikkelaars.



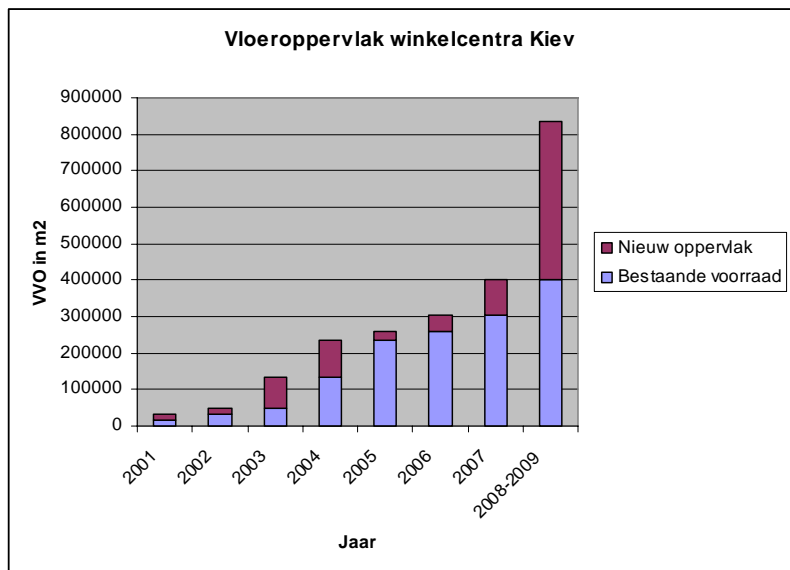
Figuur 5.1 - Winkelcentra in Kiev (Colliers International, 2007a)

De eerste jaren waren het vooral lokale Oekraïense partijen die in grotere winkelcentra investeerden. Zo werd Globus opgeleverd, een groot winkelcentrum onder het Onafhankelijkheidsplein in Kiev, dat uit twee delen van 8.000 m<sup>2</sup> VVO bestaat. Sindsdien is er een flink aantal winkelcentra gebouwd, alle blauwe bollen in figuur 5.1. De definitie voor een winkelcentrum is hier een gebouw waarin meerdere detaillisten zijn verzameld onder één naam. Derhalve valt TsUM (nr. 19

in figuur 5.1) hier ook onder, dat sinds de val van de Sovjet-Unie een soort verzamelgebouw voor kleine onafhankelijke winkeliers is.

Inmiddels zijn de nummers 27, 39, 42 en 45 ook (deels) open (Colliers International, 2007b). De ontwikkeling van winkelruimte in Kiev is ook te zien in figuur 5.2, die duidelijk maakt dat er de afgelopen jaren niet alleen sterke groei is geweest, maar ook jaren van stagnatie, waardoor de door winkeliers zo gewenste winkelruimte minder snel beschikbaar komt dan gewenst. Reden voor de vertraging zijn onder andere financieringsproblemen en problemen met vergunningen en administratieve procedures (UCMGroup LLC, 2007).

Voor de toekomst is veel groei voorzien, en dan zal de hoeveelheid beschikbare meters winkelruimte per hoofd van de bevolking meer op dat in West-Europa gaan lijken. Sinds 1991, en vooral sinds 2001, is Kiev bezig om in hoog tempo te veranderen in een stad die naar westerse maatstaven is voorzien van winkelruimte, na decennia van structureel gebrek. De ‘illegale’ elementen zijn bezig om te verdwijnen uit de winkelvoorraad en maken plaats voor steeds modernere vormen van detailhandel. Dat proces werd in Midden-Europa gekenmerkt door een razendsnelle toetreding van westerse bedrijven en de bouw van veel nieuwe winkelcentra, zoals dat nu in Oekraïne ook het geval is. Stijgende inkomens zullen steeds luxere vormen van detailhandel (bijvoorbeeld ‘fashion’ en ‘non-food’) mogelijk maken. De ontwikkelingen die in de jaren ’90 ook in Midden-Europa hebben plaatsgevonden, hebben in Oekraïne langer op zich heeft laten wachten door de economische crisis in diezelfde periode, maar nu lijkt Oekraïne qua detailhandelontwikkeling aansluiting te vinden bij deze regio.



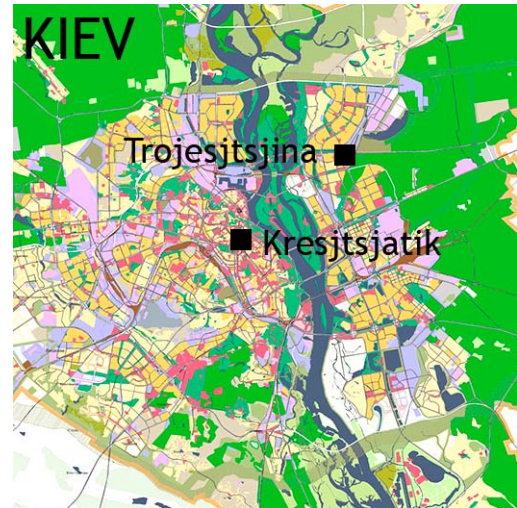
Figuur 5.2 - Ontwikkeling vloeroppervlak winkelcentra in Kiev 2001-2009 (Colliers International 2007 / UCMGroup LLC 2007)



H6 TWEE WINKELGEBIEDEN ALS VOORBEELD

6.1 Algemeen

Het in beeld brengen van transitieprocessen en inventariseren van het winkelaanbod, is voor heel Kiev onmogelijk te doen in het kader van deze master thesis. Immers, een stad van 42 bij 42 kilometer en met 2,6 miljoen inwoners staat qua inwoners ongeveer gelijk aan een zesde deel van Nederland en deze scriptie is niet van een schaal om die hoeveelheid informatie te kunnen herbergen. Derhalve is gekeken naar twee gebieden (zie figuur 6.1), die als voorbeeld kunnen dienen voor transitieprocessen in de hele stad, doordat ze beide aan de twee einden van het spectrum liggen: enerzijds de hoofdstraat van de stad, waar de dure, westerse merken zich verzameld hebben, anderzijds een perifeer gebied aan de rand van de stad, waar de grootste markt van Kiev inmiddels is aangevuld met enkele perifere winkels van groter formaat, en gericht op lagere inkomensklassen. Beide bedienen totaal verschillende lagen van de bevolking en hebben een totaal verschillend voorkomen, zoals ook blijkt uit het fotomateriaal.



Figuur 6.1 - Basiskaart van Kiev met de twee behandelde gebieden (naar: Kyivproekt, 2002)

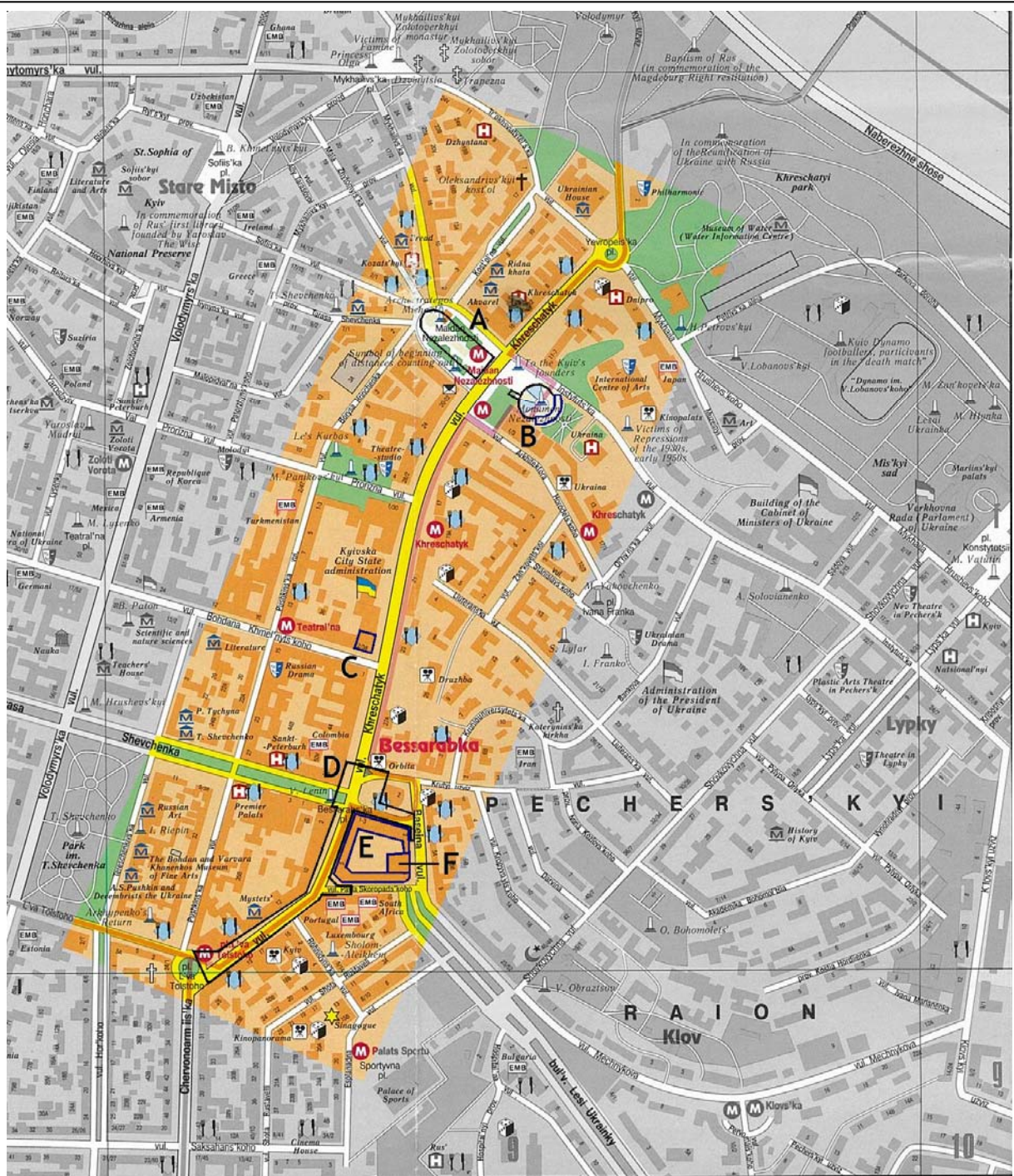
6.2 Methodiek

Aan beide locaties is een bezoek gebracht, waarbij ook het fotografische materiaal van 6.3.3 en 6.4.3 is gemaakt. Beide winkelcentra zijn systematisch afgelopen, waarbij is gelet op de indeling van het winkelgebied, soort bezoekers, de algemene indruk, de aangeboden producten (winkelbeeld), aansluiting op verschillende vormen van vervoer en wat er zichtbaar is van recente transitieprocessen. Transitieprocessen worden hier gedefinieerd als een verandering in het karakter van het gebied. Daarmee wordt datgene bedoeld dat van de recente economische ontwikkeling van Oekraïne en Kiev zichtbaar is in de hiervoor genoemde aandachtsgebieden. Van beide winkelgebieden wordt eerst de geschiedenis beschreven, en er wordt een kaart van het gebied getoond. Daarna volgen de voor een winkelgebied relevante kenmerken en een beschrijving van de huidige situatie. Afsluitend worden foto's getoond, waarna het hoofdstuk wordt afgesloten met een samenvatting van de in de beide gebieden aangetroffen transitieprocessen.

6.3 Kresjtsjatiek (КРЕЩАТИК)

6.3.1 Inleiding

Kresjtsjatiek (zie figuur 6.2) is nog relatief jong. Kiev is ontstaan op de omringende heuvels, en in feite vormde Kresjtsjatiek lange tijd een ravijn tussen het kloostercomplex van Petsjersk-Lavra en de oude stad. In de tweede helft van de 19<sup>e</sup> eeuw werd dit ravijn in cultuur gebracht en werd de nieuwe hoofdstraat aangelegd, die vanaf het begin populair is geweest bij de inwoners van de stad. Het



Figuur 6.2: Overzicht Kreschtsjatik(SSPE Kartografija, 2004)

- A - Globus, Linija 1 (Niveaus -1 / -2)
- B - Globus, Linija 2 (-1) en 3 (BG / +3)
- C - TsUM, voormalige Sovjetstaatswinkel (BG / +4)
- D - Metrograd (-1 / -2)
- E - Arena City (BG / +4)
- F - Mandarin Plaza (-1 / +5)

NB - De centra D, E en F liggen voornamelijk aan aanliggende straten, maar kunnen wel tot het winkeloppervlak van Kreschtsjatik gerekend worden.



is altijd een prominente winkelstraat geweest, zoals ook blijkt uit figuur 6.3. Nog steeds zijn er centrale functies gevestigd, zoals het hoofdstadskantoor, het gemeentehuis, het voormalige

Centrale Warenhuis (TsUM) en de voormalige centrale supermarkt (Gastronom). Verder zitten er veel 'high-end' winkels (bijvoorbeeld dure kledingwinkels en juweliers), banken, kantoren, bioscopen en horeca. Daarnaast is de straat een belangrijke verkeersverbinding binnen het stedelijke netwerk: vrijwel alle routes in de binnenstad leiden via deze



Figuur 6.3 - Kresjtsjatiek aan het begin van de 20<sup>e</sup> eeuw (Kiev History Site, 2007)

weg. Sinds 2000 is er een aantal winkelcentra gebouwd met directe verbindingen naar Kresjtsjatiek, waaronder, Globus, Metrograd en Arena City. Deze winkelcentra hebben voor een grote toename van het beschikbare winkeloppervlak gezorgd. Ondanks deze schaalvergroting aan Kresjtsjatiek zelf vinden er uitstralingseffecten plaats: het begin van Krasnoarmejskaja ('Chervonoarmii'ska' op de kaart) begint bijvoorbeeld ook kenmerken van 'high-end' winkelstraten te vertonen.

### 6.3.2 Kenmerken

Lengte:

ongeveer 1200 meter;

Geschat Verhuurbaar Vloeroppervlak (VVO):

Langs de straat is ongeveer 40% van de panden in gebruik als winkel. Daarnaast zijn er de winkelcentra in de omgeving van Kresjtsjatiek, die fungeren als extra winkelruimte in de straat: Globus (16.000 m<sup>2</sup>), TsUM (8.000 m<sup>2</sup>), Metrograd (10.000 m<sup>2</sup>), Mandarin Plaza (7.500 m<sup>2</sup>) en Arena City (8.000 m<sup>2</sup>);

Openingstijden:

7 Dagen per week open, op zondag is de straat deels afgesloten voor autoverkeer, om voetgangers de ruimte te geven;

Uiterlijke kenmerken:

Openbare ruimte is naar Oekraïense begrippen goed verzorgd. Stoepen zijn overal heel en schoon. Straatmeubilair is in goede conditie, en door onderdoorgangen zijn er weinig conflictmomenten tussen auto's en voetgangers;

Gemiddelde huurprijzen /m<sup>2</sup> /maand:

Winkelstraat	\$ 150 - \$ 200
Globus	\$ 120 - \$ 200
TsUM	\$ 100
Mandarin Plaza	\$ 80 - \$ 120
Metrograd	\$ 80 - \$ 130
Arena City	\$ 50 - \$ 70 (Colliers International, 2006)

Dit zijn indicaties. Ter vergelijking: de duurste straat van Nederland, de Kalverstraat in Amsterdam, kwam in 2006 op bijna \$ 230 /m<sup>2</sup> /maand, die in Moskou (Arbat) op ongeveer \$ 250 /m<sup>2</sup> /maand (Cushman & Wakefield,

2007). Overigens wordt in een recenter rapport van Colliers International gesproken over maximale huren tot \$ 300 (2007a) langs de hoofdstraat;

#### Bereikbaarheid:

Per auto: gemiddeld. De straat is op zondag dicht en een groot deel van de dag slecht bereikbaar door congestie, en daarnaast is er een groot parkeerprobleem, mede doordat nieuwe winkelcentra in de stad amper parkeerruimte hebben ontwikkeld. Verder leiden wel alle grote en brede wegen in Kiev naar Kresjtsjatiek, die een spilrol vervult in het stedelijke wegennet. Een noodoplossing wordt gevonden in parkeren op de stoep;

Per OV: Uitstekend, de twee drukste metrohaltes (Maidan Nezaleznosti en Kresjatiek) hebben er in- en uitgangen, terwijl de stations Teatralna en Plosja Lva Tolstoho op minder dan 250 meter liggen. Daarnaast zijn er talloze buslijnen en marsjroetka's die haltes op Kresjtsjatiek hebben;

#### Concurrentie in omgeving:

Veel van de duurste merken hebben voorlopig slechts een winkel in Kiev. De meeste detailhandel richt zich niet op dagelijkse aankopen, maar op dure merkartikelen, die op vrijwel geen enkele andere plek in Kiev te krijgen zijn.

### 6.3.3 Winkelbeeld

Vanaf het Jevropejskaja-plein komen er eerst voornamelijk banken, restaurants en hotels langs tot aan Maidan Nezaleznosti. Daar bevinden zich het hoofdstadkantoor van de stad, kantoren van grote verzekeraars en banken en het winkelcentrum Globus, waar Westerse merken als Tommy Hilfiger gevestigd zijn. Globus is geïntegreerd in het ondergrondse gangencomplex dat toegang biedt tot het metrostation Maidan Nezaleznosti, waar horeca is gevestigd en ook kiosken en bloemenverkopers. Aan het plein en eronder in Globus zitten twee McDonald's.

Ten zuiden van Maidan Nezaleznosti verandert de straat meer in een winkelstraat. Met name aan de oostkant zijn er veel winkels, onder meer Grand Gallery en Zara (mode). Aan de westkant zit Yves Rocher (drogisterij/parfumerie) en neemt het gemeentehuis een prominente plaats in. Aan de oostkant zitten rond de ingang van metrostation Kresjtsjatiek wederom een McDonald's en modemerken als Reebok. Ook zitten er kantoren, onder meer van Ernst & Young (consultancy). Op de kruising met Bogdana Khmel'nitskogo is TsUM gevestigd, met ertegenover de voormalige Centrale Supermarkt, die leegstaat. TsUM is een verzameling van winkels, die zich voornamelijk richten op juwelen, kleding, andere textielproducten zoals gordijnen en cadeauartikelen. Aan TsUM is nog duidelijk te zien dat het gebouwd is onder architectuur uit een andere tijd. Weinig glas en zware donkere houten deuren bij de entree maken dat er relatief weinig mogelijkheden zijn om te laten zien wat er te koop is. Ook zijn de roltrappen vrijwel onvindbaar en plekken waar men een overzicht heeft over het hele pand ontbreken, facetten die bij moderne warenhuizen vrijwel altijd goed geregeld zijn. Op basis van naamsbekendheid en door de grote mensenstromen in de buurt blijft het centrum echter mensen trekken.

De Centrale Supermarkt staat leeg. Waarschijnlijk is deze zaak door een combinatie van stijgende huurprijzen en slechte outfit gedwongen haar bedrijfsvoering te staken. Zoals De Bruin (1997) en Bertaud en Renaud (1995) opmerken waren functies in Sovjetsteden in feite losgekoppeld van grondprijzen en



locaties, gezien het gebrek aan een vrije prijsvorming voor grond. Dit leidde tot de vestiging van relatief laagwaardige activiteiten in het centrum. Het faillissement van deze winkel kan een gevolg zijn van de herwaardering van deze locatie. Op meer plekken in het centrum zijn supermarkten en kleine kruideniers verdwenen, om plaats te maken voor winkels met een meer centrumstedelijke functie, zoals bijvoorbeeld op de hoek van Bogdana Khmel'nitskogo en Lysenka en langs Vodomyrska. Aan de andere kant worden er ook nieuwe supermarkten geopend in het centrum, dus kennelijk is er wel draagvlak voor deze functie. In het interview met Maarten Goris (zie appendix 3) spreekt hij ook zijn verbazing uit dat een winkel op die locatie leegstaat, terwijl het 'een potentiële goudmijn' is.

Vorbij de voormalige Centrale Supermarkt zitten er langs de westkant van de straat weer talloze winkels, met een ruime vertegenwoordiging van het modesegment, waaronder westerse merken als Benetton, Adidas en Puma. Dit loopt door tot aan de hoek met Tarasa Sjvjtsjenka, waar Kresjtsjatiek officieel ophoudt. Dit is ook het punt waar de eerste ingangen tot Metrograd zitten, op het plein voor de Bessarabskyi Rynok. Aan dit plein, waar overigens ook het enige nog resterende beeld van Lenin in Kiev staat, grenst ook een ingang tot Arena City, een winkelcomplex met ook veel recreatiefuncties. Zo zitten er een bioscoop en een van de populairste discotheken van Kiev. In datzelfde blok zit ook Mandarin Plaza, een winkelcentrum van zes verdiepingen met een grote nieuwe supermarkt onderin.

Langs de oostkant van Kresjtsjatiek bevinden zich tussen het metrostation Kresjtsjatiek en Bessarabskyi Rynok ook winkels, horeca en een kleine bioscoop. Ook aan deze zijde grote ingangen tot Metrograd, dat voor een belangrijk deel de openbare onderdoorgangen onder het plein heeft overgenomen. In de nachtelijke uren is het lastig om dit plein over te steken, wanneer het centrum gesloten is. Metrograd is een winkelcentrum dat in Nederland nooit gebouwd zou worden. Het is een onoverzichtelijk, slecht afgewerkt centrum dat zich richt op mensen met lage tot gemiddelde inkomens. De gangpaden zijn glad door de goedkope tegels, smal en worden verkleind door decoraties als goedkope, lekkende fontijnen. De gemiddelde winkelgrootte is klein, afgezien van twee grote drogisterijen/parfumerieën van de Russische keten ArbatPrestige. Het centrum is verdeeld in 'wijken', die zich richten op verschillende sectoren. Zo zijn er het meubelgedeelte, het cadeaugedeelte en het kledinggedeelte.

Zoals eerder opgemerkt functioneert Metrograd ook als openbare ruimte. Dat komt mede door haar vorm, langgerekt, waardoor het de functie van de straten erboven kan overnemen. Men kan bijna 400 m door het centrum lopen en zo van de Bessarabskyi Rynok naar het metrostation Plosjadj Lva Tostogo lopen. Dat is, gezien het landklimaat in Kiev, een aantrekkelijke optie in de wintermaanden. Het centrum is dan ook een behoorlijk succes (Colliers International, 2006).

In diezelfde buurt staan dus ook Arena City en Mandarin Plaza, ontwikkeld in het kwadrant dat wordt afgegrensd door Kresjtsjatiek, Bassejnaja, Krasnoarmejskaja en Skoropadskogo. Op deze straten komt een aantal belangrijke verkeersaders samen, die al het autoverkeer samenbrengen in het centrum. Zo komen de Boulevard Lesi Ukraïki, de belangrijkste weg vanuit het zuiden van Kiev, en de Boulevard Tarasa Sjvjtsjenka, de belangrijkste weg vanuit het westen, op dit blok uit. Grote

(auto)verkeersstromen zijn dan ook het gevolg, en een groot gedeelte van de dag staat het hele gebied vast. Er zijn vrijwel geen bovengrondse oversteekplaatsen, dat moet via de passages door Metrograd gebeuren. Gevolg daarvan is dat Arena City en Mandarin Plaza in feite op een soort eiland liggen. Gecombineerd met de zeer gelimiteerde parkeermogelijkheden (500 plaatsen, slechts vanaf één kant bereikbaar), maakt dat dat Arena City het slechtst draaiende winkelcentrum van Oekraïne is. Mandarin Plaza slaagt er iets beter in om mensen te trekken, maar dat heeft een iets beter concept, met een redelijk populaire supermarkt onderin, en bekende merken als Christian Dior, Givenchy en Versace. Ook dit centrum heeft echter problemen om mensen naar de bovenste verdiepingen te krijgen (Colliers International, 2006).



*Figuur 6.4 - Overzicht Kresjtsjatiek, kijkrichting naar het noorden*



*Figuur 6.5 - TsUM, gerenoveerde staatsretail, met onduidelijke ingangen en matige mogelijkheden om producten te etaleren*

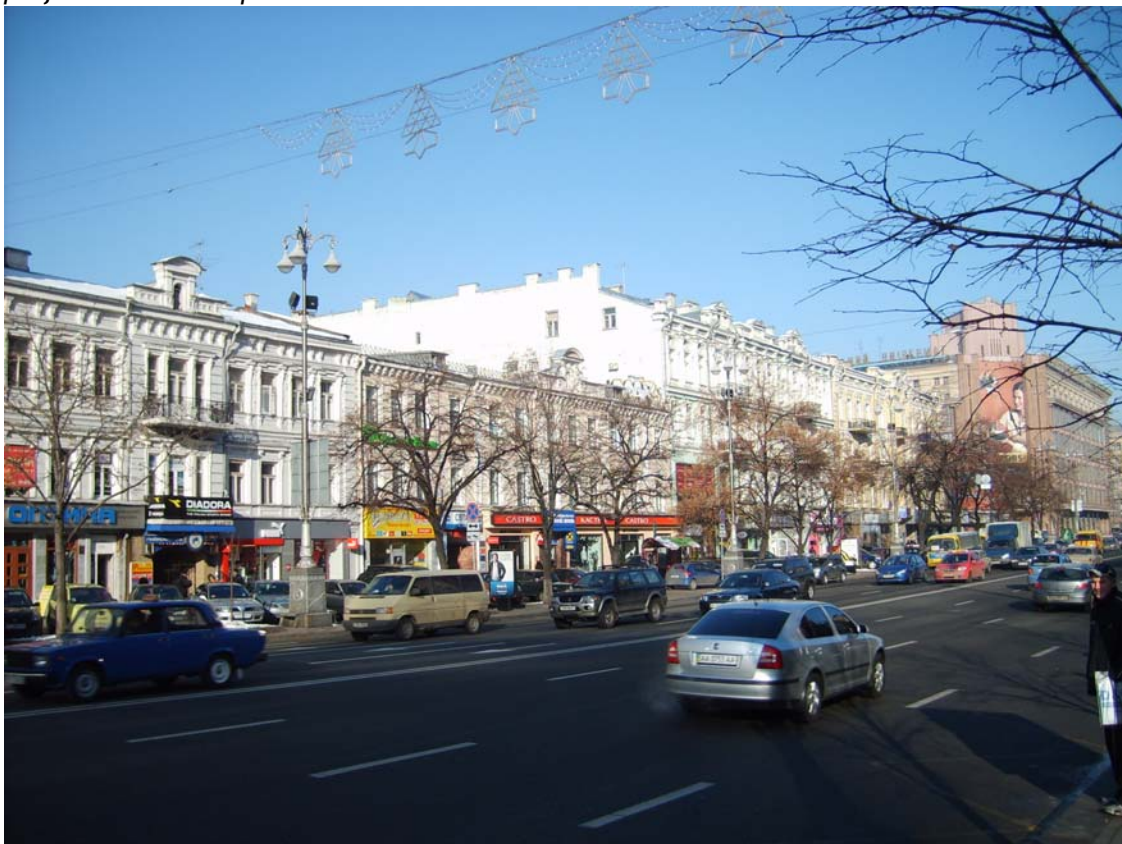


*Figuur 6.6 - Het interieur van Metrograd: anonieme winkels, matige afwerking van gemeenschappelijke ruimtes*





*Figuur 6.7 - Interieur Globus: winkelcentrum in westerse stijl, veel merkenamen en een professioneel concept*



*Figuur 6.8 - Winkels langs het zuidelijk gedeelte van Kresjtsjatik; op de stoep wordt volop geparkeerd*



Figuur 6.9 - Hoofdingang van het slechtst bereikbare en slechtst draaiende winkelcentrum van Kiev: Arena City



Figuur 6.10 - Ingang tot metrostation Kreschtsjatsk, veel westerse merken aanwezig



## 6.4 Trojesjtsjina (ТРОЕЩИНА)

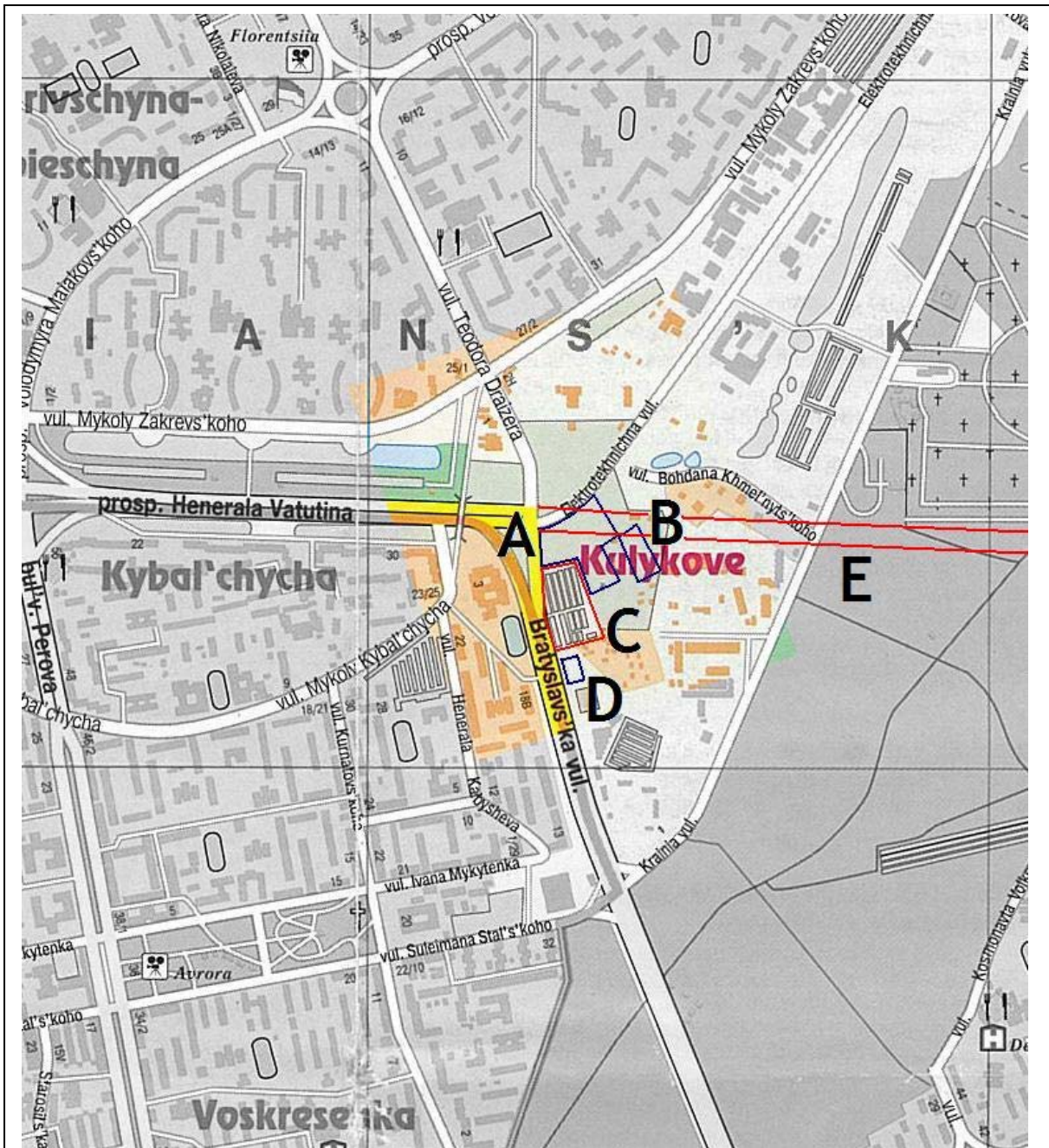
### 6.4.1 Inleiding

Trojesjtsjina (zie figuur 6.11) is de grootste (semi-)openluchtmarkt van Kiev, illegaal ontstaan na de onafhankelijkheid van Oekraïne, maar inmiddels gelegaliseerd door de overheid. Over een enorm oppervlak staan containers en boxen verspreid waar handelaren hun waren aanbieden aan bezoekers, omzoomd door parkeerplaatsen. Er wordt een breed scala aan producten aangeboden, met name in de non-foodsector. De markt staat in Kiev als zeer goedkoop bekend, mensen zijn negatief over de kwaliteit van de aangeboden waar, die voor een groot deel bestaat uit goedkope, Chinese kleding en overige non-foodproducten. De markt ligt in het noordoosten van Kiev, op een grote kruising van de binnenring van de stad. Die maakt in feite een bocht op de kruising. Het gedeelte dat in westelijke richting naar de noordelijkst gelegen brug van de stad loopt heet Prospekt Generala Vatutina en naar het zuiden loopt de straat weg als Bratislavskaja Vulitsa. Op de kruising komt derhalve al het verkeer bijeen dat vanuit de oostelijke wijken naar het noorden en noordwesten van de stad wil en vice versa. Congestie is een groot probleem, mede ingegeven door het chaotische karakter van het verkeersplein, waarop verschillende richtingen tegelijkertijd groen krijgen en door elkaar heen een weg moeten zien te vinden.

Trojesjtsjina is een markt die kenmerkend is voor landen in transitieperiodes. De markt is, evenals de markt Joenost iets verderop en ook Petrivka op de rechteroever van Kiev, ontstaan in de crisisperiode net na de onafhankelijkheid in 1991. De ineenstorting van het staatsapparaat en derhalve ook de distributie van consumptiegoederen, gecombineerd met het wegvallen van enige vorm van inkomen voor veel mensen, maakte het noodzakelijk om snel plaatsen te creëren waar informeel handel gedreven kon worden. Daarom ontstonden op allerlei plaatsen in de stad illegale markten waar mensen partijen goedkope consumptiegoederen konden verhandelen.

Omdat de crisisperiode in Oekraïne zo lang duurde, en de markten in een kennelijke behoefte voorzagen, besloot de centrale overheid ze eind jaren '90 te legaliseren. De constructie is nu dat de centrale overheid het land verpacht aan de centrale administratie van de markt, die op zijn beurt weer geld int bij de handelaren op de markt en zorg draagt voor bijvoorbeeld evacuatieschema's. De overheid blijft echter eigenaar van de grond en kan de markt ook opheffen. Dat zal waarschijnlijk binnen 10 jaar gebeuren, als het draagvlak voor de markt verder ondermijnd is door de aanwezigheid van moderne vormen van retail in de buurt, stijgende inkomens en doordat er ter plaatse waarschijnlijk grote werkzaamheden aan de ringweg zullen gaan plaatsvinden, als de Prospekt Generala Vatutyna doorgetrokken wordt naar het oosten vanaf de kruising waaraan de markt ligt.

In de buurt van de markt zelf is een aantal perifere detailhandelsontwikkelingen ontstaan. Zo zijn er grote meubel- en autogerelateerde winkels te vinden en is er een grote elektronikaketen die zijn deuren geopend heeft langs Bratislavskaja Vulitsa. In de buurt van de markt zelf zijn ook grote garagecomplexen te vinden, waar mensen een box kunnen huren om wat extra ruimte te hebben naast het vaak (te) kleine appartement.



Figuur 6.11 - Het noordoosten van Kiev, met Trojeschtsjina (SSPE Kartografia, 2004)

- A - Markt 1 (Rynok 1)
- B - Markt Gloria-T
- C - Garagecomplexen
- D - Perifeer detailhandelscomplex
- E - In het Ruimtelijk Plan van Kiev 2020 voorziene doortrekking naar het oosten van Prospekt Generale Vatutina, aansluitend op de E95 naar Brovary en het noordoosten van Oekraïne

#### 6.4.2 Kenmerken

##### Opbouw gebied:

Het gebied omvat een aantal grote deelgebieden: Markt 1, in feite Trojesjtsjina zelf, markt Gloria-T, waar uitsluitend (Chinese) kleding en schoenen worden aangeboden. Het complex rond elektronikaketen Megamaks, met daarboven een grote auto- en meubelverkoper en daartussenin de garagecomplexen, die als corporaties functioneren;

##### Oppervlak (schattingen):

Markt 1 beslaat ongeveer 3 ha, Gloria-T ongeveer 1 ha. Het complex waarin Megamaks zit heeft ongeveer 10.000 m<sup>2</sup> oppervlak, verdeeld over twee verdiepingen. De elektronicazaak zelf meet 4.000 m<sup>2</sup>, over een verdieping, daarboven zijn nog de autohandel en een grote meubelzaak te vinden, die samen minstens hetzelfde oppervlak beslaan. De garageboxen beslaan ongeveer 1,5 ha. Het hele gebied beslaat ongeveer 12 ha, inclusief parkeerplaatsen;

##### Openingstijden:

7 dagen per week open;

##### Uiterlijke kenmerken:

Openbare ruimte is matig tot slecht verzorgd. Zwerfafval, kapotte stoepen, modder en falende riolering maken een bezoek aan het gebied onaantrekkelijk. Daarnaast wordt er, ondanks de in vergelijking met de binnenstad ruim bemeten parkeerplaatsen, veel illegaal geparkeerd, waardoor berm en grasvelden kapot worden gereden. De kwaliteit van de markten is ook matig. Een typische verkoopunit is afgebeeld in figuur 6.11. Verkoopplaatsen lopen verder uiteen van straatverkoop uit de hand, uit karren, vanuit plastic units, containers of kleine stenen gebouwtjes. Op de markten zelf zijn de gangen grotendeels overdekt met tentzeil. Waar dat niet zo is hebben de lokale verkopers zelf voor een geïmproviseerd dak gezorgd, van tentzeil of landbouwplastic;

##### Gemiddelde huurprijzen /m<sup>2</sup> /maand:

Onbekend. Er worden op grote schaal illegale waren aangeboden op de om de markt heen liggende stoepen, deze mensen betalen niets. Binnen het complex moeten de huur voor de container en een kleine bijdrage voor gemeenschappelijke kosten, zoals eventuele schoonmaakkosten en beveiliging betaald worden. Deze zullen in ieder geval minder dan 5% van de prijzen aan Kresjtsjatik bedragen;

##### Bereikbaarheid:

Per auto: is Trojesjtsjina redelijk goed bereikbaar. De uitvalswegen zijn breed en grote delen van de dag filevrij. De kruising waaraan de markt ligt is echter een groot knelpunt. Parkeren is geen groot probleem. Overal in de buurt kan gratis geparkeerd worden, en ook de berm zijn, ondanks dat er gedreigd wordt met 1000 UAH (€ 140) boete, in trek als parkeerplaats;

Per OV: matig. Trojesjtsjina is niet per metro bereikbaar. De dichtstbijzijnde halte is Tsjernigovskaja, 4 kilometer verderop. Er zijn echter wel trams, trolleybussen, reguliere bussen en minibusjes die de markt aandoen. Vanuit het centrum van Kiev is het echter minstens een uur reizen. Dat maakt dat het gebied met name de omliggende wijken bedient. Als zodanig is het OV afdoende;

##### Concurrentie in de omgeving:



Ongeveer 2,5 kilometer verderop ligt de markt Joenost, waar ook op grote schaal vanuit containers food- en non-foodartikelen worden verkocht. Die heeft echter grotere parkeerproblemen en is minder groot dan Trojesjtsjina. Eventuele moderne winkelcentra, zoals Global UA ongeveer 2 kilometer verderop langs de Prospekt Generala Vatutina, kunnen niet in prijs concurreren met de markt.

#### 6.4.3 Winkelbeeld

Bij een bezoek valt gelijk de drukte op. Het verkeer rondom de markt is chaotisch, mede door talloze auto's die mensen laten in- en uitstappen, of op zoek zijn naar een parkeerplaats. Langs de buitenranden van de markt staan alle illegale handelaren hun waar aan te bieden. Er zijn straatmuzikanten, en mensen die typisch Oekraïense deegproducten en worsten aanbieden, er loopt een man horloges te verkopen en er zitten vrouwen met dozen vol pakjes sigaretten. Markt 1 is gevarieerder dan Gloria-T, waar uitsluitend kleding en schoenen worden verkocht. Op Markt 1 worden ook huishoudelijke artikelen verkocht. Vrijwel alle winkels hanteren hetzelfde concept: de kleine ruimte dwingt verkopers tot het opstapelen en dicht opeen pakken van zoveel mogelijk artikelen, waar de verkoper dan tussen zit. Er wordt weinig onderhandeld op prijs, alle artikelen zijn geprijsd en daar wordt weinig op afgedongen.

De meeste verkopers zijn Chinees. Er hebben de afgelopen jaren sterke etnische verschuivingen plaatsgevonden. In de beginjaren van de markt waren er uitsluitend Oekraïense verkopers, bij gebrek aan beter werk, maar inmiddels zijn de meeste Oekraïners doorgeschoven naar beter werk en zijn hun plekken ingenomen door Chinezen, die nu onder in de hiërarchie zitten. Een van de redenen om de markt te legaliseren was ook de werkgelegenheid die er gecreëerd werd in een regio van Kiev waar in principe alleen maar gewoond wordt (Interview Darpikovskiy).

De garageboxen bieden extra bergingsruimte voor mensen die niet genoeg hebben aan hun appartement in de vrijwel uitsluitend uit Sovjetstandaardbouw bestaande noordoostelijke wijken van Kiev. Deze complexen werken in een soort coöperatieve vorm, waarbij gemeenschappelijke voorzieningen bestaan uit een kantoor bij de ingang dat de bewaking en nutsvoorzieningen regelt. De meeste garageboxen dienen als opslagruimte, maar in veel boxen is een smeerput gemaakt, zodat men onder de auto kan werken en de box als volwaardige garage kan dienen.

De Megamaks en de autohal zijn ondergebracht in een nieuw maar goedkoop gebouw, waarvan bijvoorbeeld de airconditioning niet is weggewerkt. Het interieur van de elektronicazaak is vergelijkbaar met Nederlandse standaarden, en ook de aangeboden producten zijn vergelijkbaar: alle A-merken zijn aanwezig, aangevuld met een aantal goedkope Oost-Europese merken.



*Figuur 6.12 - Zicht op Markt 1 en de kruising van Bratislavska Vulitsa en Prospekt Generala Vatutina*



*Figuur 6.13 - Verkoopunits waaruit de binnengedeelten van Markt 1 en Gloria-T zijn opgebouwd*



*Figuur 6.14 - Grote parkeerplaatsen aan de rand van markt Gloria-T*



*Figuur 6.15 - Ondanks ruime parkeergelegenheid toch veel wildparkeren en chaotische situaties door in- en uitstappende voetgangers, meestal bezoekers van de markt*





Figuur 6.16 - Garagecomplex met in de achtergrond administratie- en bewakingskantoor



Figuur 6.17 - Perifeer detailhandelscomplex met elektronica-, meubel- ('Mebleviy Tsentr') en autogerelateerde ('Avtosalon') winkels



Figuur 6.18 - Het interieur van de markt: kleine verkoopunits dicht opeen gepakt

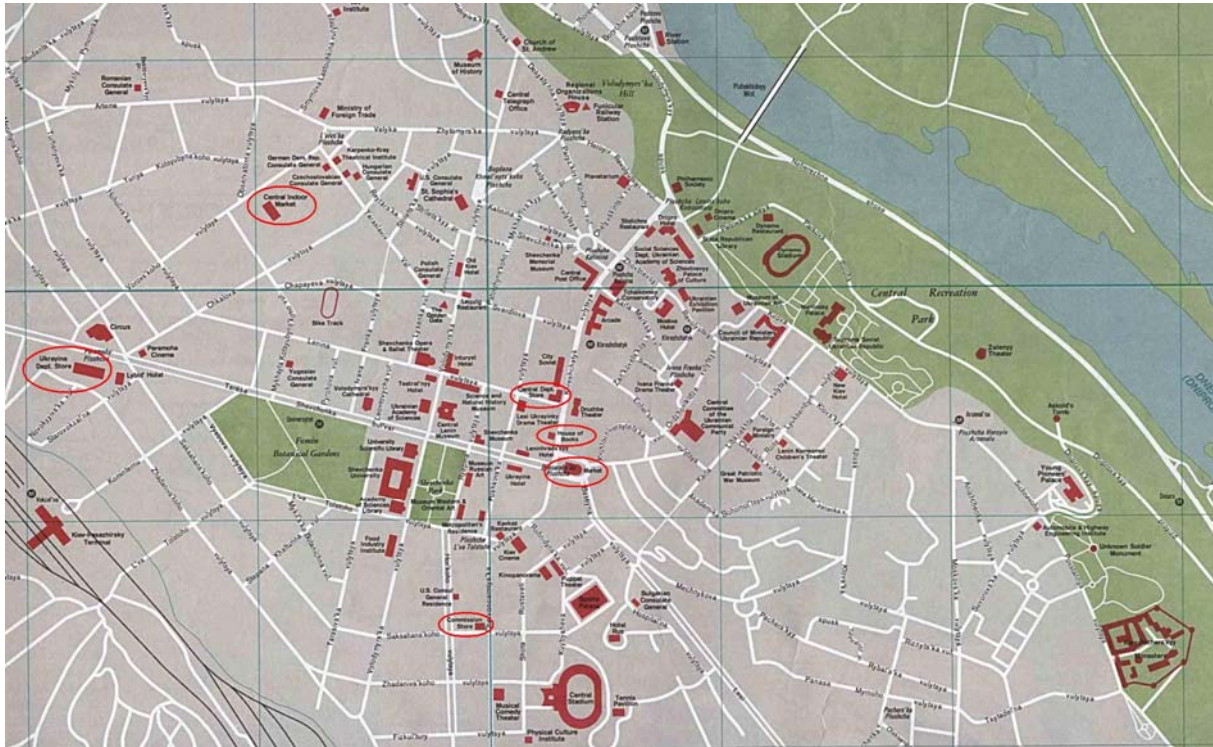


Figuur 6.19 - Langs de randen van de markt zitten meer permanente winkels. Ook verzamelen alle illegale handelaars zich langs de randen



## 6.5 Transitieprocessen

De recente economische groei en de explosieve groei van de consumptie in Oekraïne hebben hun weerslag gehad op de beide onderzochte winkelgebieden. In figuur 6.20 staat een kaart van het gebied rond Kresjtsjatiek in 1978. In deze figuur staan winkelfaciliteiten omcirkeld: twee markten, twee warenhuizen, de grote boekenwinkel en het centraal pandjeshuis, waar mensen spullen in onderpand konden geven in ruil voor krediet en niet-opgehaalde spullen verkocht werden. Winkels in het gebied die niet aangegeven staan op de kaart waren vooral levensmiddelenwinkels en een zeer beperkt aantal zaken voor non-food, zoals schoenen en kleren.



Figuur 6.20 - De binnenstad van Kiev in 1978, met winkelfaciliteiten omcirkeld (naar: University of Texas, 2007)

Inmiddels is het onmogelijk om alle winkelfaciliteiten los aan te geven op een kaart van deze schaal. Van de faciliteiten uit 1978 is het pandjeshuis opgeheven; de centrale overdekte markt is verplaatst naar het westen. De warenhuizen zijn verbouwd en functioneren nog steeds, evenals de boekenwinkel en de markt aan Bessarabska. Daarnaast zijn winkelcentra geopend, en hebben de afgelopen jaren talloze nieuwe winkels hun deuren geopend, waarbij de dure westerse merken met onder meer Mango, Zara, Adidas en Benetton goed vertegenwoordigd waren. Dit zijn winkels en merken die in alle grote steden in het westen verkrijgbaar zijn, maar in Kiev nog niet. Door hun komst gaat Kiev meer op het westen lijken. Ze dragen ook bij aan het steeds duurder worden van de stad: de grote vraag naar winkelruimte drijft de huurprijzen omhoog. Ze zijn langs Kresjtsjatiek het hoogst van heel Kiev en de Bessarabska staat onder inwoners van Kiev bekend als de duurste van de stad. Afgezien van groente en fruit wordt er vooral kaviaar aangeboden. Deze ontwikkelingen hebben plaatsgevonden ondanks de grote stijging van het aantal vierkante meters verhuurbaar vloeroppervlak in het centrum. Door

de bouw van de winkelcentra onder en rond Kresjtsjatiek zijn er tienduizenden vierkante meters bijgekomen, maar dat is niet genoeg om sterke huurstijgingen af te remmen.

Rond Kresjtsjatiek gebeuren dus de volgende dingen: er wordt veel winkelruimte toegevoegd, maar de prijzen gaan desondanks omhoog, doordat zoveel nieuwe winkels, waaronder veel westerse merken, hun deuren openen in het gebied. Dit is een gevolg van de sterk toenemende consumptievraag. Het verschil met het verleden wordt met name gemaakt door de sterke toevoeging van nieuwe winkelruimte en de komst van westerse merken.

In Trojesjtsjina lijkt het gebrek aan winkelruimte ook een belangrijke rol te spelen. De markt is uit pure noodzaak gevormd: door het wegvallen van reguliere detailhandelskanalen waren locaties waar mensen informeel met elkaar konden handelen nodig. Inmiddels is de vraag sterk gestegen, terwijl het aanbod niet snel genoeg meegroeit. In Midden-Europa zijn de meeste markten van het niveau Trojesjtsjina inmiddels verdwenen. In Kiev is de situatie ontstaan dat er op dit moment vrijwel geen winkelgebieden zijn die niet redelijk renderen. In de toekomst zal er een kwaliteitslag plaatsvinden waarbij de betere concepten en de betere locaties zullen komen bovendrijven. Doordat ook de gemiddelde inkomens ook steeds verder stijgen, zal het draagvlak voor een markt als Trojesjtsjina verdwijnen. Dat proces is nu al gaande, inwoners van Kiev die er niet noodzakelijkerwijs heen hoeven, doen dat niet, daarvoor heeft het een te armoedig imago.

Samenvattend zal de kwaliteitsverbetering die zal er komen in Kiev, leiden tot een verdere verbetering van het aanbod in Kresjtsjatiek en een verder stijging van de huurprijzen daar, en tot het verdwijnen van Trojesjtsjina, dat niet genoeg kwaliteit en straks niet meer genoeg draagvlak heeft om te kunnen blijven functioneren.

## DEEL IV THEORETISCHE ANALYSE

### H7 WINKELRUIMTEVERDELING IN DE THEORIE

#### 7.1 *Algemeen*

De manier waarop winkelruimte zich over de ruimte verdeelt is al decennia, als onderdeel van een bredere discussie over ruimtelijke verdeling van economische processen, onderwerp van discussie onder geografen en economen. In dit verband is het Christaller (1933) die baanbrekend onderzoek heeft verricht in Zuid-Duitsland, waar hij zocht naar een hiërarchische structuur in de ruimtelijke verdeling van plaatsen. De honingraatstructuur die het gevolg is van verschillende ‘ranges’ en ‘thresholds’ voor verschillende goederen en diensten geeft een theoretisch optimale verdeling van de ruimte. Zwak punt van de centrale plaatsentheorie van Christaller is dat er vooraf heel veel aannames gedaan moeten worden met betrekking tot de ruimte, die in het echt niet voorkomen. Zo moet er sprake zijn van een isotrope vlakte en afstand dient de enige factor bij de keuze voor een centrum te zijn.

Volgens Bolt (1995) zijn er naast de centrale plaatsentheorie nog drie theorieën van belang om inzicht te krijgen in de principes die ten grondslag liggen aan de locatie van detailhandelsvoorzieningen. Dit zijn de ruimtelijke interactietheorie van Reilly (1931 en 1953), de ‘bidrent’ theorie van Haig (1927) en de ideeën over cumulatieve werfkracht van Hotelling (1929) gecombineerd met inzichten van Myrdal. Gezamenlijk vormen deze vier het fundament onder het zoeken naar verklaringen voor de locatie van detailhandel. Gecombineerd met recentere inzichten, onder meer van het Ruimtelijk Planbureau (Evers, 2005), kan zo een kader worden geschetst aan de hand waarvan in hoofdstuk 8 gekeken kan worden naar Kiev: volgen de ontwikkelingen aldaar een patroon dat aan de theoretische verwachtingen voldoet?

#### 7.2 *Centrale plaatsentheorie - Christaller (1933)*

Christaller meende dat er wetten ten grondslag lagen aan de locatie en grootte van plaatsen, waarbij voorzieningenniveau en mate van voorkomen gerelateerd waren. Christaller formuleerde de volgende aannames voor zijn theorie:

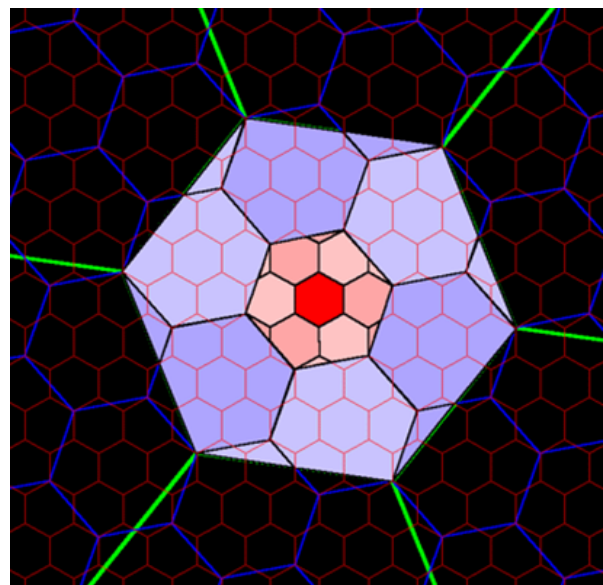
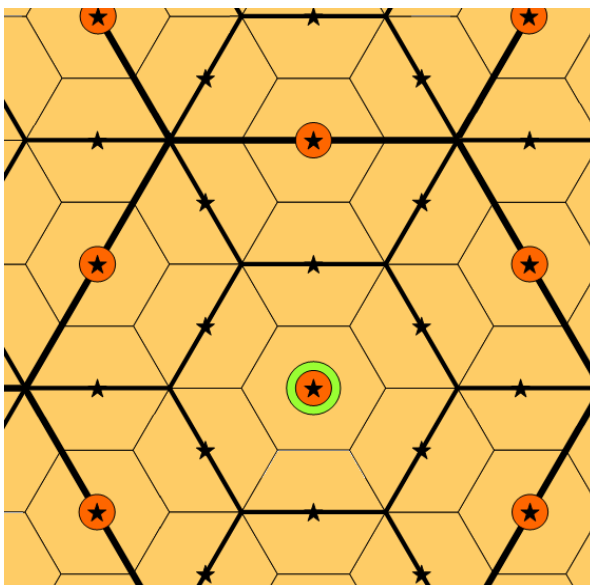
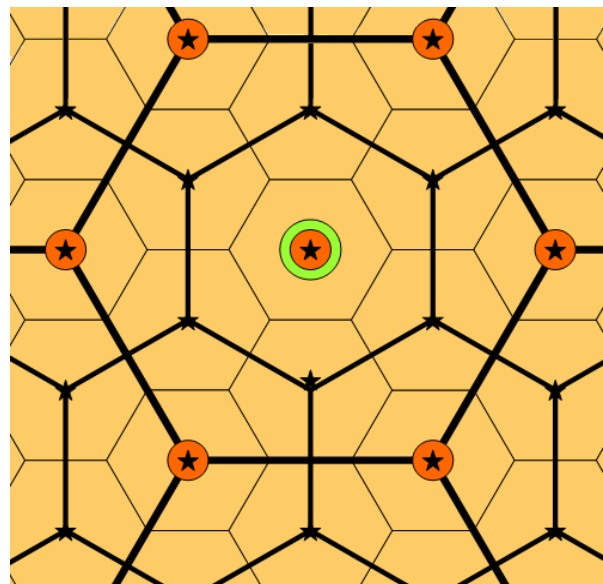
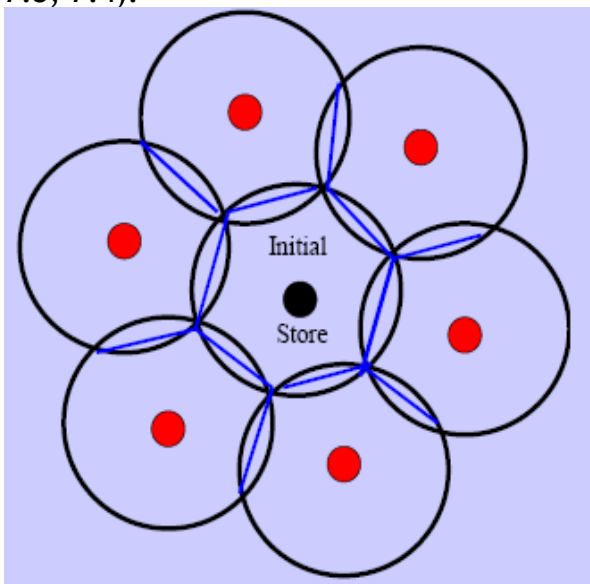
- Het landschap bestaat uit een isotrope vlakte, zonder natuurlijke barrières;
- De bevolking is gelijkmatig verdeeld over de ruimte, heeft per persoon evenveel te besteden en vindt de prijs het enige argument om tot aankoop van een product op een specifieke locatie over te gaan;
- Er is één vorm van transport mogelijk, waarvan de kosten uitsluitend worden bepaald door de afgelegde afstand;
- Het is onmogelijk voor aanbieders van diensten of goederen om extra winst te halen en/of het marktgebied te vergroten.

Vervolgens konden met behulp van deze voorwaarden de basisbegrippen ‘threshold’ (drempelwaarde) en ‘range’ (bereik) uitgewerkt worden. ‘Threshold’ is de drempelwaarde voor een bepaald goed of dienst. Alleen als er genoeg mensen in het marktgebied wonen zal het goed of de dienst aangeboden worden. De grootte van datzelfde marktgebied wordt vervolgens bepaald door de ‘range’: de maximale



afstand die men bereid is te reizen voor een goed of dienst. Gevolg van het consequent uitwerken van deze begrippen is het ontstaan van een hiërarchie van kleinere en grotere plaatsen, waar meer of minder goederen en diensten worden aangeboden. Er is immers onderscheid in de afstand die men bereid is te reizen voor verschillende producten, zoals dat in werkelijkheid ook is. Voor een piano is men bereid langer te reizen, omdat men die minder vaak nodig heeft, dan voor brood, met als gevolg dat er veel meer bakkerijen zijn dan pianowinkels.

Wanneer men nu de verschillende marktgebieden van een goed en van alle verschillende aanbieders gaat combineren met elkaar, ontstaat de zeshoekige structuur die de optimale verdeling van marktgebieden biedt (zie figuur 7.1). Vervolgens kan men verschillende goederen en diensten gaan verwerken in de ruimte. Christaller ontwikkelde aldus de modellen  $K=3$ ,  $K=4$  en  $K=7$  (figuren 7.2, 7.3, 7.4).



Van links naar rechts, van boven naar beneden

Figuur 7.1 - Afbakening marktgebied; vanuit de aanbieder (markt) is er een 'range' waarbinnen consumenten bereid zijn naar die markt te reizen

Figuur 7.2 - Model  $K=3$ , het marktmodel; ieder hoger schaalniveau is 3x het vorige

Figuur 7.3 - Model  $K=4$ , het transportmodel; ieder hoger schaalniveau is 4x het vorige

Figuur 7.4 - Model  $K=7$ , het bestuurlijk model; ieder hoger schaalniveau is 7x het vorige (Pellenburg en Sijtsma, 2006)

Het model K=3 gaat uit van het marktprincipe, de afstand tot de dichtstbijzijnde markt is zo kort mogelijk. In het model K=4 zijn transportassen leidend. Alle plaatsen liggen op de transportassen, waardoor het meest efficiënte vervoersnetwerk ontstaat. In het model K=7 klopt de zeshoekige verdeling niet helemaal, maar worden de marktgebieden van zes kleinere plaatsen in principe volledig omsloten door het marktgebied van de hogere plaats.

De theorie is verre van perfect. Er moet aan zeer veel randvoorwaarden voldaan worden om het te laten kloppen, randvoorwaarden waaraan in de praktijk zelden voldaan kan worden. Daarnaast is er ook geen enkele ruimte voor dynamische factoren, het model is volledig statisch en kan niet omgaan met bevolkingsgroei op bepaalde plekken bijvoorbeeld, omdat dan de aannames niet meer kloppen. Toch heeft dit model de basis gelegd voor bijvoorbeeld de klassieke planning van winkelcentra. Van stadscentrum naar stadsdeelcentrum, wijkcentrum, buurtcentrum en losse winkel is een logische indeling, die mede met behulp van deze theorie te maken is en door Berry en Garisson (1963) is uitgewerkt in een intrastedelijke bewinkelingsstructuur van eerste tot vierde orde (Bolt, 1995).

### 7.3 Ruimtelijke interactietheorie - Reilly (1929)

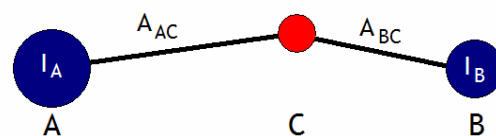
Tegenover de centrale plaatsentheorie die uitgaat van de dichtstbijzijnde markt, staat de ruimtelijke interactietheorie. Deze gaat uit van de aantrekkelijkheid van centra, die consumenten ertoe doet besluiten daarvoor te kiezen. Reilly formuleerde zijn theorie als volgt:

“De aantrekkingskracht van twee verzorgingskernen op een tussenliggende kern verhoudt zich evenredig tot de inwonertallen van deze verzorgingskernen en omgekeerd evenredig tot het kwadraat van de afstanden van deze verzorgingskernen tot de tussenliggende kern.”

(Bolt, 1995: p.44)

Uitgedrukt in een formule ziet de theorie er als volgt uit:

$$\frac{O_A}{O_B} = \frac{I_A}{I_B} \times \frac{A_{BC}^2}{A_{AC}^2}$$



- $O_x$  = Omzet die de verzorgingskern x aantrekt
- $I_x$  = Aantal inwoners van plaats x
- $A_{xy}$  = Afstand tussen de plaatsen x en y

Als nu  $I_A = 10000$  en  $I_B = 5000$ , en de afstanden AC en BC zijn respectievelijk 15 en 10 kilometer, dan zal de verhouding  $O_A/O_B$  0,89 bedragen, wat wil zeggen dat de door plaats C gegenereerde omzet  $O_A = 0,89 \times O_B$ , en dat B dus meer profiteert van C dan A, doordat het dichterbij ligt.

De eenvoud van het model is tegelijkertijd de grootste zwakte. Complexe maatschappelijke processen als winkelgedrag laten zich maar moeilijk vangen in een model met slechts twee variabelen. Er zijn in de loop der jaren dan ook talloze varianten van dit model gemaakt, onder meer door Bak (1971), die het mogelijk

maakte dat marktgebieden elkaar konden overlappen, door van een autonome aantrekkingskracht van centra uit te gaan, rekening houdend met onevenredigheid waarmee de aantrekkelijkheid afneemt.

Ook Huff (1963) gebruikte het ruimtelijke interactiemodel om een formule te maken voor het ruimtelijk bereik van winkelcentra. Zijn doel was veel meer uitgaan van de consument dan vanuit de winkel. Hij deed dat op basis van vier aannames:

- Het aantal klanten dat voor het doen van aankopen op een bepaald centrum is gericht, neemt af naarmate de afstand groter wordt;
- Het aantal klanten in een centrum stijgt als het aanbod van dat centrum wordt vergroot;
- Bij consumenten neemt de winkeltrouw af in het geval er in de buurt concurrerende centra bijkomen of groter worden;
- De (inkoop)mobilititeit van consumenten wordt bij stijging van het inkomen groter.

(Huff, 1963)

Zijn formule zag er als volgt uit:

$$W_{pa} = \frac{\frac{M_a}{T_{pa}^\lambda}}{\sum_{a=1}^n \frac{M_a}{T_{pa}^\lambda}}$$

$W_{pa}$  = Waarschijnlijkheid dat een inwoner van plaats p iets in winkelcentrum a koopt

$M_a$  = m<sup>2</sup> winkelruimte in centrum a

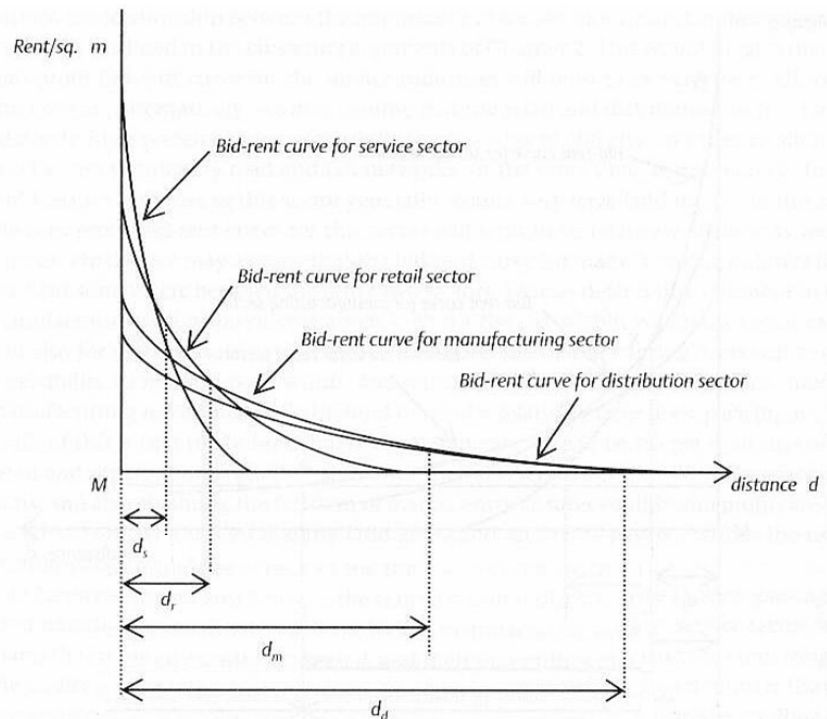
$T_{pa}$  = de reistijd van plaats p naar centrum a

$\lambda$  = ruimtelijke weerstandscomponent; empirisch vastgestelde parameter die aangeeft hoeveel tijd een gemiddelde consument wil besteden aan de aanschaf van bepaalde producten

Met name in factor  $\lambda$  zit het moeilijkst te bepalen gedeelte van de formule. Door middel van grootschalig empirisch onderzoek kan men proberen deze parameter te bepalen. Huff zelf kwam bijvoorbeeld uit op 3,191 voor kleding en 2,723 voor meubels na onderzoek in Californië (1963). Het model levert een kaart op waarop rondom alle winkelcentra isolijnen getrokken zijn die een waarschijnlijkheidsniveau van bezoeken voorstellen. Met name wanneer men een nieuw centrum wil bouwen is het derhalve een heel handig instrument om te bepalen hoeveel vierkante meter vloeroppervlak men bijvoorbeeld nodig heeft en hoe zwaar de concurrentie is van andere winkelcentra in de regio.

#### 7.4 'Bidrent' theorie - Haig (1927) / Alonso (1964)

Haig formuleerde de theorie dat in een isotrope vlakke het centrale punt van deze vlakke het best bereikbaar is en derhalve het grootste marktpotentieel heeft. De vraag naar ruimte op dit punt zal dus het hoogst zijn en bij gelijk aanbod komen dus de meest betalende functies in het centrum terecht, onder voorwaarde dat de onroerend goedmarkt transparant is. Alonso kwam later met 'bid-rent curves', die per voorziening aangeven wat men op welke afstand tot het centrum wil betalen voor een locatie. Door deze curves te combineren komt men tot een verdeling van de grond rondom het centrum op basis van de hoogst biedende (zie figuur 7.5)



Figuur 7.5 - Bid rent curves (McCann, 2001)

Van bovenaf roept het model sterke associaties op met het model van Von Thünen (1826), een centrale marktplaats met daaromheen concentrische ringen met zones waar bepaalde landbouwartikelen verbouwd worden. Bij Alonso gaat het dus om zones waar bepaalde economische sectoren zich vestigen. De relevantie voor winkelruimteverdelingsmodellen blijkt uit het locatiebeleid uit de jaren '80, toen men overging tot een indeling van A1-A2-B1-B2-C1-C2, mede op basis van de afstand tot het centrum, maar ook de beschikbaarheid van voorzieningen. Belangrijk kritiekpunt is dat de ook hier benodigde isotrope vlakke in werkelijkheid niet bestaat. Er zijn altijd verschillen in de bereikbaarheid van stadscentra vanuit verschillende richtingen. Derhalve zullen de concentrische ringen in werkelijkheid sterk vervormd zijn, met hogere huren langs uitvalswegen bijvoorbeeld. (Bolt, 1995 / McCann, 2001)

#### 7.5 Cumulatieve werfkracht - Hotelling (1929)

Het principe van cumulatieve werfkracht, ook wel bekend als het 'Hotelling result', is een verklaring waarom winkels, ondanks dat ze elkaars concurrenten zijn, toch vaak dicht bij elkaar zitten. Het principe, dat vaak wordt geïllustreerd met het voorbeeld van twee ijsverkopers op een strand, gaat ervan uit dat de manier waarop winkels proberen hun marktgebied af te bakenen ertoe leidt dat ze uiteindelijk gezamenlijk in het midden uitkomen.

De theorie kent de volgende randvoorwaarden:

- Consumenten zijn gelijkmatig over de ruimte verdeeld;

- Er is sprake van vergelijkbare bedrijven, die dezelfde prijs hanteren;
- Consumenten kiezen alleen op basis van afstand voor een verkooppunt;

In het geval van het strand leidt dat tot de volgende situatie. Wanneer twee ijsverkopers bij een stuk strand van 800 meter arriveren, zullen ze aanvankelijk geneigd zijn om beide op 200 meter van de rand af te staan, 400 meter van elkaar. Wanneer verkoper A zijn omzet wil verhogen, schuift hij op naar het midden, waar immers marktaandeel van verkoper B te winnen valt. De tegenreactie van B zal zijn om ook naar het midden te verschuiven, om zijn marktaandeel te behouden. Deze cyclus van actie en reactie leidt ertoe dat beide verkopers uiteindelijk gezamenlijk in het midden uitkomen en vanaf daar ieder de helft van het strand bedienen. Gevolg hiervan is wel dat er welvaartsverlies optreedt. Immers, in de beginsituatie hoefde men gemiddeld slechts 100 meter te lopen naar de dichtstbijzijnde verkoper, in de eindsituatie is dat 200 meter geworden. (Hotelling, 1929)

Myrdal publiceerde in 1944 zijn theorie rond cumulatieve causatie, waarin hij betoogt dat de concentratie van economische activiteiten en zichzelf versterkend effect heeft. Zo zou de vestiging van een groot bedrijf weer leiden tot een aanwas van hoogopgeleide werknemers die ervoor zorgen dat er weer meer draagvlak is voor nieuwe bedrijven zoals winkels, enzovoorts. Er bestaan twee belangrijke bijeffecten: 'backwash', het wegtrekken van productiefactoren uit zwakkere (perifere) regio's en 'spread', wanneer stijgende grondprijzen ertoe leiden dat sommige activiteiten steeds verder buiten het centrum, in de periferie, gepositioneerd moeten worden. Hiermee wordt de economische groei over een groter gebied verspreid (McCann, 2001) Overigens publiceerde Myrdal met name over rassenproblemen in de Verenigde Staten, waarin hij betoogde dat het verbeteren van de positie van het zwarte gedeelte van de bevolking de hele samenleving sociaal-economisch ten goede zou komen en het principe van *poverty creating poverty* (Myrdal, 1944). Wat Myrdal bedoelt voor kernregio's ten opzichte van perifere regio's, kan zo ook op winkelgebieden in steden worden toegepast.

In dit kader verklaart Myrdal ook dat laagwaardige en gevaarlijke activiteiten uit stadscentra verdwijnen. Het succes van de binnenstad en de hoge prijzen aldaar veroorzaken omstandigheden die bijvoorbeeld ongunstig zijn voor volumineuze meubelbedrijven of andere winkels met een lage omzet per vierkante meter. Dat biedt bijvoorbeeld een verklaring voor het fenomeen meubelboulevards: aan de ene kant gunstige cumulatieve effecten, aan de andere kant sterke decentralisatie vanwege het volumineuze karakter van de branche.

### 7.6 Recente inzichten

Sinds de voorgaande theorieën geformuleerd zijn heeft de tijd niet stil gestaan. Het winkellandschap is de afgelopen decennia ingrijpend veranderd, met de opkomst van een veelvoud aan winkelconcepten, een sterke toename van de automobilititeit en anderszins wijzigende voorkeuren van consumenten.

In het rapport 'Winkelen in Megaland' wordt een breed beeld geschetst van de mogelijke ontwikkelingen op het gebied van retail in Nederland. Daarbij wordt een groot deel van het rapport besteed aan de theoretische achtergrond van winkelvestigingskeuzes:

*“Uit de literatuur komen de volgende locatie-gebonden aspecten naar voren die in een ruimtelijk-interactiemodel kunnen worden meegenomen (Lee & Pace 2005; Jones & Simmons 1990; Wrigley & Lowe 1996; Mejia & Benjamin 2002; Arentze & Timmermans 2001; Antonides & Van Raaij 1998):*

- *de grootte van winkels en winkelgebieden;*
- *de variëteit van commerciële winkelclusters;*
- *de aanwezigheid van gerelateerde economische bedrijvigheid;*
- *de bereikbaarheid van winkelconcentraties (alle vervoersmiddelen);*
- *de aanwezigheid en prijs van parkeervoorzieningen en andere amenities;*
- *een goede sfeer.*

*In de literatuur wordt tevens grote nadruk gelegd op het relevante schaalniveau waarop winkelclusters en de daarbij behorende attractiefactoren werken. Centrale binnensteden, geplande detailhandelsvoorzieningen aan de randen van steden en wijk- en buurtwinkelcentra kennen andere specialisaties, hebben verschillende kwaliteitsniveaus en hebben andere reikwijdten voor andere typen consumenten.”*

(Evers et al., 2005, p.95)

Tevens wordt de internationale context van detailhandelsontwikkelingen geschetst. Daaruit blijkt dat er op dit moment wereldwijd het formaat van winkels en winkelcentra groeiende is, en dat ook vrijwel overal perifere detailhandelsvestigingen in opkomst zijn. De Verenigde Staten zijn eigenlijk de enige uitzondering, maar de ruimtelijke structuur van winkelvoorzieningen is daar dusdanig op de auto gericht en heeft een zodanig suburbane structuur, dat daar zelfs een tegenbeweging op gang aan het komen is om de oude binnensteden nieuw leven in te blazen (Mitchell, 2007).

De vraag is nu in welke mate Kiev meedoet aan de huidige trends, en in welke mate de klassieke theorieën toepasbaar zijn op de ruimtelijke structuur van de stad. Het lijkt logisch dat alle ontwikkelingen tot 1991 daar vrijwel niet aan voldoen, gezien de volledig andere benadering van detailhandel door de Sovjet-Unie dan in deze theorieën aangenomen wordt, als zijnde een administratieve in plaats van een economische activiteit. Sinds 1991 zouden de regels van de vrije markt steeds meer van toepassing moeten zijn op Kiev, waardoor de hierboven (in het westen) geformuleerde theorieën steeds meer zouden moeten kloppen met de feitelijke economische en ruimtelijke ontwikkelingen.



## H8 THEORIEËN IN KIEV

### 8.1 *Samenvatting theorieën*

Alle informatie en aannames van hoofdstuk 7 in aanmerking nemend, kunnen de volgende uitspraken gedaan worden over winkelruimteverdeling, zoals deze in de theorie naar voren komt:

- Er is sprake van een hiërarchische verdeling, met centra op verschillende niveaus;
- Hoe groter en dichterbij het centrum, hoe meer mensen in dat marktgebied geneigd zullen zijn om daarvoor te kiezen;
- Duurdere functies zullen dichterbij het centrum van een marktgebied terechtkomen;
- Concurrentie heeft de neiging om te clusteren, om te voorkomen dat marktgebieden door concurrenten worden overgenomen;
- Het clusteren van commerciële activiteiten leidt tot synergetische effecten (cumulatieve causatie);
- 'Spread' en 'backwash' maken dat laagwaardige activiteiten onder druk van stijgende grondprijzen uit de centra worden verdreven en naar de randen van de stad worden verplaatst;
- De aantrekkelijkste winkelcentra scoren goed op de volgende factoren:
  - o Winkelgrootte;
  - o Variëteit;
  - o Aanwezigheid gerelateerde economische bedrijvigheid;
  - o Aanwezigheid parkeervoorzieningen en overige 'amenities';
  - o Sfeer.
- Er is een wereldwijde trend om winkels steeds groter te maken;
- Er is een wereldwijde neiging naar perifere (op de auto gerichte) detailhandelsgebieden.

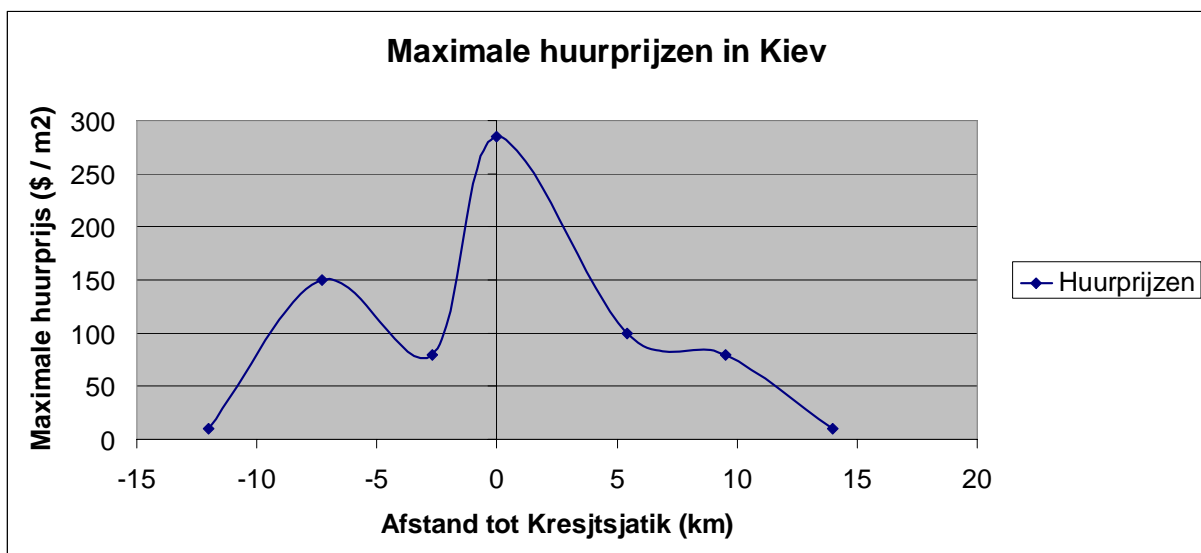
### 8.2 *Theorie versus praktijk in Kiev*

In Kiev is nog steeds veel te zien van het strikt hiërarchische model zoals dat in de jaren '60 werd ingevoerd. Nog steeds zijn de buurtgerichte, wijkgerichte, stadsdeelgerichte en stadsgerichte voorzieningen te onderscheiden. Wat echter veranderd is, is dat er heel veel winkelvoorzieningen bij zijn gekomen. In buurten zijn het niet alleen de centra die het aanbod leveren, er zijn ook in talloze plinten van flatgebouwen winkels bijgekomen, die met name op het 2<sup>e</sup> en 3<sup>e</sup> niveau aanbod verzorgen, dus meubelzaken, ramen- en deurenwinkels, kledingzaken, consumentenelektronica, enzovoorts. Op het laagste niveau zijn niet alleen de supermarkten voorzienend, maar ook de talloze straathandelaren en markten, die een groot deel van de voorziening in groente, fruit en overige primaire levensmiddelen voor hun rekening nemen.

De 'spatial monopoly power' van supermarkten en winkelvoorzieningen is vrij hoog (Interview Goris). Omdat mensen veel boodschappen te voet doen, hebben supermarkten een groot deel van hun marktgebied vast in handen, omdat zij, ten opzichte van de straathandelaren, groter en prettiger zijn. Dit gaat echter om het niveau van supermarkten, dus geen winkels die een functie voor de hele stad hebben. Een centrum als Karavan (32.000 m<sup>2</sup>), trekt op dit moment uit de hele stad mensen. Dat komt doordat het een voor Kiev ongekend groot formaat heeft, het

aanbod groot is, en doordat het in zijn klasse eigenlijk nog geen concurrentie heeft. Er zijn voor inwoners van Kiev voor grote en nieuwe winkelcentra bijna geen alternatieven. De invloed van de stijgende automobilititeit zal maken dat inwoners van Kiev bereid zijn grotere afstanden af te leggen, waardoor de concurrentie tussen centra toe zal nemen. Immers, het aantal centra dat binnen een afgebakende tijdsperiode bereikt kan worden, zal door het beschikbaar komen van een auto, sterk toenemen, een compenserend effect door toenemende congestie daargelaten. Er zal dus een neiging komen om meer te gaan concurreren op grootte en kwaliteit. Voorlopig is het aanbod echter zo schaars, dat alleen het feit dat je bestaat en open bent al genoeg lijken om een deel van de markt te veroveren.

De grondprijzen in Kiev volgen steeds meer het patroon zoals dat door Alonso en Haig is uitgedacht. In het centrum zijn de prijzen (veel) hoger dan in de buitenwijken, en dure merken hebben in toenemende mate de neiging om zich bij de hoofdstraat te vestigen. Het patroon wordt echter vertekend doordat ook in het centrum nog steeds veel relatief laagwaardige winkelruimte beschikbaar is, zoals in Metrograd. In feite is dit een winkelcentrum dat qua uitrusting en winkeliers beter in een buitenwijk zou passen.



*Figuur 8.1 - Huurprijzen in Kiev (Colliers International, 2006 & 2007a / Navraag bij winkelcentra)*

In figuur 8.1 wordt een soort dwarsdoorsnede van de stad gegeven. De huurprijs aan de rand van de stad wordt voor deze grafiek op het niveau van agrarische grond rond Kiev gebracht. In een lijn vanaf Kresjtsjatiek, het centrum van de stad loopt de grafiek naar links weg richting noordwesten, met punten voor Ukraina Mall en Karavan, en rechts naar het zuidoosten, met punten voor Komod en Aladdin & Pyramida. De rechterkant van de grafiek wordt iets verstoord door de rivier, die op ongeveer twee kilometer van Kresjtsjatiek ligt, waardoor de lijn iets minder steil loopt. Wat deze grafiek aangeeft is dat er in Kiev sprake is van een onverzadigde markt. Naarmate er meer winkelcentra bijkomen zal de locatie van de centra steeds belangrijker worden en zullen de huurprijzen steeds meer in overeenstemming komen met hun relatieve afstand tot het centrum. Nu is de populariteit van sommige winkelcentra onevenredig hoog, op basis van het feit dat

er nog maar zo weinig van zijn en de vraag het aanbod op dit moment nog sterk overtreft. De stedenbouwkundige structuur is in Sovjetsteden behoorlijk afwijkend van wat onder normale marktcondities zou ontstaan, maar de corrigerende effecten van de markt zijn in bijvoorbeeld Moskou vrij snel opgetreden, waardoor het stadscentrum steeds duurder wordt ten opzichte van de buitengebieden en uiteindelijk de in westerse steden gangbare verhouding stadscentrum : stadsrand = 10 : 1 ontstaat (Bertaud & Renaud, 1995 / Deiters, 2000).

Het winkelcentrum is als fenomeen een duidelijk voorbeeld van clustering en de synergetische effecten die dat met zich meebrengt. De gezamenlijke aanpak leidt tot voordelen ten opzichte van open winkelcentra, zoals beveiliging, geconditioneerde omstandigheden en mogelijkheden voor gezamenlijke marketing. De ontwikkeling van het aantal winkelcentra is groot, en winkeliers plukken duidelijk de vruchten van het samen met elkaar onder een dak zitten, ten opzichte van losse winkels in de stad. In mindere mate gaat dit ook op voor Kresjtsjatiek, waar dankzij de bouw van Globus en de winkelcentra aan de zuidkant van de straat het aantal vierkante meters verkoopoppervlak drastisch is toegenomen. Dit heeft ervoor gezorgd dat de straat veel meer kritische massa heeft om winkeliers en winkelend publiek te trekken. In principe is de straat niet ideaal om te winkelen; er zijn veel andere functies te vinden, en de bebouwing, grotendeels bestaand uit grote stalinistische architectuur, is niet neergezet voor winkelfuncties, dus de etalagemogelijkheden zijn niet optimaal. Dankzij de winkelcentra rond de straat kan deze toch genoeg keuzemogelijkheden bieden aan consumenten, ondanks dat er langs de straat ook zoveel andere functies zitten. Ondanks dat de winkelcentra concurrenten van elkaar zijn is er dus ook een wederzijds positief effect.

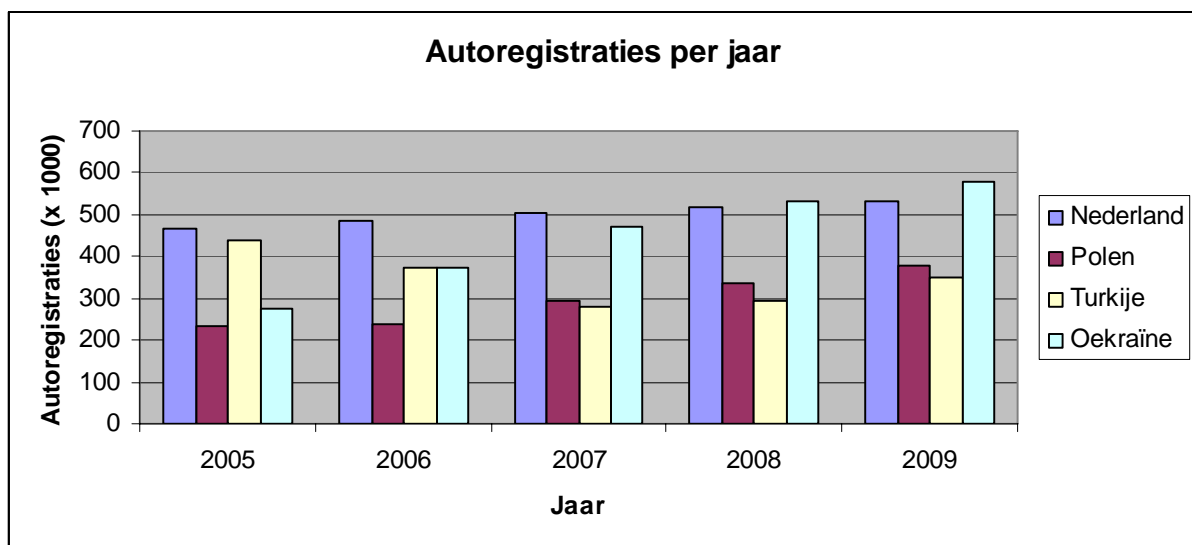
De 'spread' en 'backwash' effecten zoals geformuleerd door Myrdal zijn in Kiev ook te zien. Zoals De Bruin (1997) liet zien, trad er na het uiteenvallen van het Oostblok een grote verschuiving op in steden. Onder het Sovjetregime konden ook laagwaardige activiteiten in de binnenstad plaatsvinden, doordat grondprijzen als mechanisme om activiteiten over de ruimte te spreiden niet bestonden. Zogauw de markt voor grond vrijgegeven werd traden deze effecten direct op. Dat is gebeurd in Warschau, Boedapest, Praag, en ook in Kiev. De binnenstad heeft zich ontwikkeld tot allerduurste van de stad en de duurste winkels hebben zich hier geconcentreerd. Laagwaardigere winkelfaciliteiten hebben zich geconcentreerd in perifere winkelcentra en grote markten buiten de binnenstad.

Op een ander schaalniveau deed het fenomeen zich ook voor. Het gebied rond Petrivka, aan de noordkant van de binnenstad, deed dienst als groot industriegebied. Na de onafhankelijkheid bleken de fabrieken niet rendabel, terwijl de locatie uitstekend is voor detailhandel. Op dit kruispunt van uitvalswegen uit minstens vier grote woonwijken is nu een groot aantal winkelprojecten in gang gezet. De fabrieken zijn ofwel verdwenen ofwel verplaatst naar industriegebieden met lagere potentie. Zo ontstaan in de stad langzaam steeds meer patronen die ontleend zijn aan economische en ruimtelijke wetmatigheden. Die werden in Sovjetsteden getart, zoals ook wordt aangetoond door Bertaud & Renaud (1995).

De factoren die een winkelcentrum tot een succes maken gaan in Kiev nog niet helemaal op, doordat op de markt voor winkelruimte de vraag het aanbod nog

steeds ruimschoots overtreft. Zo kan het zijn dat het onsuccesvolste winkelcentrum van Kiev, in termen van bezoekers per m<sup>2</sup>, Arena City, nog steeds voor 90% gevuld is (Colliers International, 2006). Op dit moment maakt het dus relatief weinig uit hoe de randvoorwaarden van een winkelcentrum zijn ingevuld. Veel centra houden geen rekening met parkeervoorzieningen en leggen het parkeerprobleem bij hun omliggende omgeving. De grootte van veel centra is nog steeds vrij klein. Op dit moment zijn alle plannen van Multi in Oekraïne 35.000 m<sup>2</sup> of groter, terwijl er in Kiev niet een winkelcentrum van dat formaat is. Qua formaat zijn de ontwikkelingen voorlopig dus bescheiden, en de grootte van winkelcentra is voorlopig niet essentieel. Het succes van Karavan bewijst echter dat de vraag naar grootschalige detailhandelscomplexen groot is. Door het gebrek daaraan kunnen de veel kleinere centra die tot nu toe zijn neergezet nog steeds een deel van de markt bedienen.

Kiev lijkt wel mee te gaan in de mondiale trend van steeds grotere centra. De plannen voor nieuwe centra overtreffen qua grootte de reeds bestaande centra ruimschoots. Het gemiddelde formaat van een hypermarkt is al meer dan 10.000 m<sup>2</sup>, en dat is al meer dan het formaat van veel winkelcentra die de afgelopen jaren zijn neergezet in Kiev. Winkelcentra die een hypermarkt als ‘anchor’ hebben zullen dus het formaat van de bestaande voorraad ruim overtreffen en bijdragen aan een stijging van het gemiddelde formaat van winkelcentra in Kiev.



Figuur 8.2 - Autoregistraties in 4 landen (EIU, 2007)

Daarnaast gaat Kiev mee in de wereldwijde trend naar meer auto-gerichtheid voor het winkelen. Zoals blijkt uit figuur 8.2 zijn de autoverkoop in Oekraïne op een zeer hoog niveau, en zullen deze de komende jaren doorgroeien. Dat betekent dat de automobilititeit van de bevolking sterk toeneemt, en daarmee ook de mogelijkheden van de bevolking om het winkelen per auto te doen. Daarnaast zal de verdere groei van de economie ervoor zorgen dat het aantal ‘non-basic’ producten als percentage van de totale bestedingen zal toenemen, en dat zijn juist spullen die makkelijker met een auto te vervoeren zijn. Voedsel en dergelijke kunnen te voet ingeslagen worden, met meubels gaat dat moeilijker. Ook zal de insteek van hypermarkten zijn dat men er komt om in te laden voor minstens een hele week, een hoeveelheid boodschappen die ook alleen met een auto

vervoerbaar is. Er zal dus een flinke verschuiving gaan plaatsvinden in de ‘modal-split’ van consumenten, ten faveure van de auto.

FACTOR	MATE VAN TOEPASBAARHEID		
	WEINIG	GEMIDDELD	VEEL
Hiërarchische verdeling (CHRISTALLER)			
Ruimtelijke interactie (REILLY)			
Prijs volgt locatie (ALONSO)			
Clustering (HOTELLING)			
'Spread' en 'backwash' (MYRDAL)			
Concurrentie op basis van winkelgrootte, variëteit, sfeer, etc.			
Schaalvergroting			
Neiging naar autogerelateerde detailhandel			

*Figuur 8.3 - Overzicht toepasbaarheid theorieën op Kiev*

Figuur 8.3 vat de voorgaande informatie samen. Van alle factoren kan gezegd worden dat ze in westerse landen normaal gesproken veel voorkomen. Hoe meer Kiev dus naar rechts schuift in de figuur, hoe meer de stad een westers voorkomen krijgt. Door een sterke vergroting van het aanbod in de komende jaren zullen de factoren waarop de stad nu nog minder scoort, steeds verder naar rechts trekken. Immers, steeds meer zal er op kwaliteit geconcentreerd worden, waarbij winkelcentra voor steeds meer clustering van winkelfaciliteiten zorgen. Toekomstige ontwikkelingen worden in het volgende hoofdstuk verder uitgewerkt.

## DEEL V TOEKOMSTVERWACHTINGEN

### H9 TOEKOMSTIGE ONTWIKKELINGEN

#### 9.1 *Inleiding*

Het feit dat Oekraïne bezig is om steeds verder te integreren in de rest van de wereld, na decennia lang onder de vleugels van de Sovjet-Unie afgesloten te zijn geweest van het vrije en gemondialiseerde westen, blijkt wel uit het streven om aansluiting te vinden bij de Wereldhandelsorganisatie (WTO) en de Europese Unie. Dit houdt een verder openstellen van de economie in, die er toe zal leiden dat steeds meer buitenlandse bedrijven naar Oekraïne zullen trekken. Immers, er zijn nog maar weinig Europese landen waar de economie zo hard kan groeien als Oekraïne, en waar de markt nog zo weinig geconsolideerd is. Het volume van een markt met 46 miljoen snel rijker wordende consumenten is een aantrekkelijk gegeven voor bedrijven die willen uitbreiden. De afgelopen jaren hebben dan ook een flinke groei in buitenlandse investeringen laten zien.

De toetreding van westerse partijen maakt dat Oekraïne steeds meer als normale markteconomie gaat functioneren. Westerse partijen gaan, onder druk van aandeelhouders en ook om imagoschade te voorkomen, niet mee in de half corrupte cultuur die zaken doen in Oekraïne op dit moment kenmerkt (interview Kravets). Veel wetgeving kan nog steeds op verschillende manieren uitgelegd worden; de kwaliteit ervan is nog steeds laag, waardoor schemergebieden ontstaan waar degene met het meeste geld uiteindelijk aan het langste eind trekt (Interview Goris). Langzaam verbetert deze wetgeving echter, waardoor de rechtszekerheid omhoog gaat, mensen beter in hun recht staan en tevens het zakenklimaat verbetert.

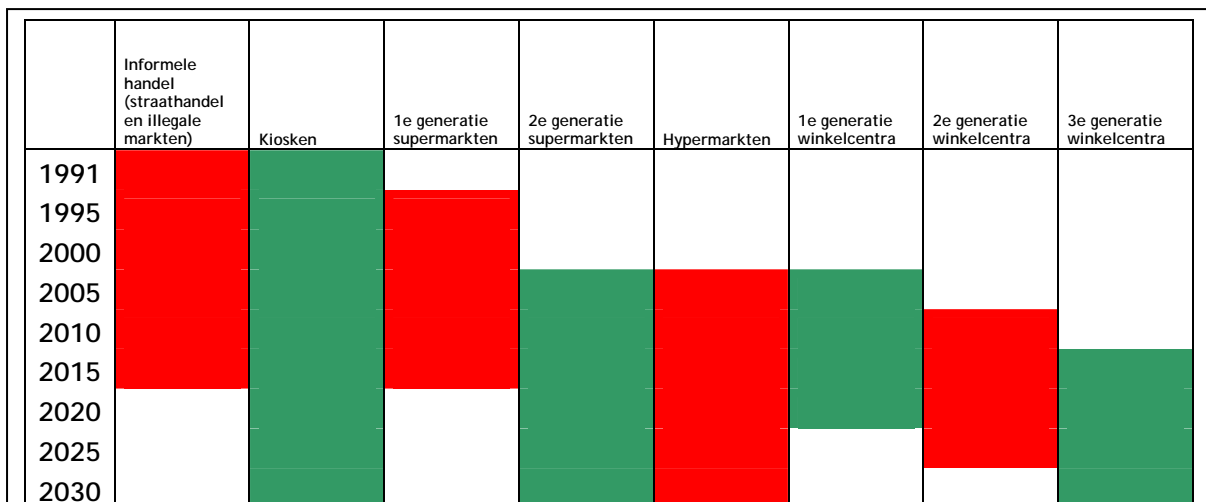
Voor winkelontwikkelingen betekent dat dat in de toekomst hygiënewetgeving veel kanalen voor voedselverkoop zal sluiten. Het grootste gedeelte van met name vlees- en visverkoop zal via super- en hypermarkten moeten gaan lopen, omdat hygiënestandaarden op veel markten niet gehaald kunnen worden en consumenten op termijn lagere kwaliteit niet meer zullen accepteren. Bij een bezoek aan de markt van Trojesjtsjina bleek dat buiten op straat vissen op gebruikte stukken karton werden aangeboden. Op dit moment is het echter nog zo dat ambtenaren die de richtlijnen voor hygiëne moeten afdwingen om te kopen zijn, wat de kwaliteit van het aangeboden voedsel uiteraard niet ten goede komt.

Een goed voorbeeld van verbeterde hygiëne is McDonald's. Het bedrijf begon in 1998 in Oekraïne, en heeft inmiddels 58 filialen, waarvan 22 in Kiev (McDonald's Ukraine, 2007). De restaurants volgen net als overal ter wereld strenge hygiënerichtlijnen, die destijds ongekend hoog waren voor Oekraïne. Het is nog steeds zo dat wanneer men in de stad op zoek is naar een schoon toilet, McDonald's een logische bestemming is. Hier zet een westers bedrijf een duidelijke standaard, die veel andere horecagelegenheden inmiddels zijn gaan volgen.

In het algemeen zal het streven naar meer kwaliteit in het voordeel uitpakken voor westerse bedrijven. Volgens de Economist Intelligence Unit geeft de gemiddelde Oekraïense consument in 2007 46% van zijn budget uit aan voedsel, drank en tabak (basisgoederen), wat duidt op een weinig ontwikkeld bestedingspatroon en een



indicatie is van de vroege fase waarin de Oekraïense consumptiemarkt zich bevindt. In Nederland is dit percentage 13% (EIU, 2007). Hogere inkomens gaan er dus toe leiden dat er meer luxegoederen verkocht gaan worden, waarbij westerse bedrijven veel beter in staat zijn om de gewenste kwaliteit te leveren, simpelweg omdat kwaliteitsgoederen nooit op grote schaal beschikbaar zijn geweest in Oekraïne en er dus bijna geen Oekraïense bedrijven zijn die daar ervaring mee hebben.



Figuur 9.1 - Verwachte levensduur van verschillende winkelvormen (schatting)

- Informele handel** - Hieronder vallen illegale straathandel en markten zoals Joenost en Trojesjtsjina, die binnen 10 jaar gesloten zullen worden (Interview Drapikovskiy);
- Kiosken** - Er is weinig reden om aan te nemen dat kiosken op korte termijn uit het straatbeeld zullen verdwijnen. Er is behoefte in Kiev aan een fijnmaziger netwerk dan dat van supermarkten voor goederen als tabak, dranken en snacks. Ook in West-Europa maken kiosken deel uit van het straatbeeld;
- 1<sup>e</sup> generatie supermarkten** - De eerste supermarkten zijn gevestigd in oude Sovjetgebouwen of in haastige neergezette nieuwbouw. Dat betekent dat die gebouwen binnen nu en 10 jaar afgeschreven zullen zijn en de supermarkten ofwel volledig verbouwd worden ofwel dat de bebouwing gesloopt wordt;
- 2<sup>e</sup> generatie supermarkten** - Na de pionierfase de afgelopen 10 jaar beginnen nu ook supermarkten te ontstaan die lijken op wat in West-Europa gebruikelijk is. De kwaliteit van bijvoorbeeld groente en fruit wordt steeds beter en distributiesystemen zullen steeds verder naar West-Europese standaard worden gebracht;
- Hypermarkten** - In Kiev zijn nu 2 hypermarkten (vvo > 10.000 m<sup>2</sup>) open en beide zijn een succes. Verschillende buitenlandse hypermarktketens treffen voorbereidingen om de Oekraïense markt te betreden. Daarmee is de aanwezigheid van hypermarkten in het straatbeeld de komende 25 jaar gegarandeerd;
- 1<sup>e</sup> generatie winkelcentra** - In Kiev worden pas sinds 2001 winkelcentra gebouwd, met Globus als startpunt en inmiddels meer dan 25 opgeleverde projecten die door Colliers International (2007a) als winkelcentrum bestempeld worden. Een groot deel daarvan is van matige kwaliteit, met onoverzichtelijke indelingen, slechte bouwkwiteit en winkeliers die weinig aantrekkingskracht hebben. Zogauw de investeerders hun geld terugverdiend hebben zullen veel deze centra ofwel gesloten worden ofwel verbouwd worden tot centrum van de 2<sup>e</sup> of 3<sup>e</sup> generatie, ook omdat de 'anchors' naar betere centra zullen vertrekken (DTZ Research, 2007);
- 2<sup>e</sup> generatie winkelcentra** - Ook deze zijn inmiddels in Kiev te vinden. Globus en Karavan hebben een professionele uitstraling en het winkelconcept klopt. Deze centra hebben toekomst en zijn pas op langere termijn toe aan verbouwing;
- 3<sup>e</sup> generatie winkelcentra** - Binnen nu en 5 jaar zullen buitenlandse ontwikkelaars in Kiev een aantal grote projecten hebben neergezet. De meeste van die projecten zullen qua uitstraling, kwaliteit en winkelaanbod een heel nieuwe standaard zetten. Op het moment dat deze projecten open zijn en draaien zullen zij de standaard zetten voor winkelcentra in Kiev.

## 9.2 Toepasbaarheid van modellen

De ruimtelijke structuur van Kiev zal steeds beter op een aantal modellen aansluiten, omdat er steeds beter aan de voorwaarden voor vrije prijsvorming en afbakening van marktgebieden voldaan zal worden door het verder verzadigen van de markt. De effecten van ongeveer 70 jaar Sovjetbewind zullen langzaam wegebben en plaats maken voor de gevolgen van een vrije prijsvorming op de grondmarkt, verdere liberalisering van de economie en doorzichtigere administratieve procedures. Sommige winkelcentra voldoen niet goed aan de punten zoals door het RPB aangegeven en zullen het daardoor moeilijk gaan krijgen als de concurrentie toeneemt.

Figuur 9.1 geeft een schatting van de verwachte levensduur van verschillende winkelvormen in Kiev, inclusief uitleg. Detailhandel in normale winkels in de hoofdstraten is hierin niet meegenomen, gezien het duurzame karakter van deze winkelvoorziening. Een Amerikaans fenomeen als de 'Donut-city' lijkt voorlopig weinig kans te maken in Kiev, omdat het centrum nog de steeds veruit de aantrekkelijkste plek van de stad is, qua voorzieningen, bouwkwiliteit, etc. Het centrum is, ondanks de congestie, ook nog steeds uitstekend bereikbaar en de plek waar alle metrolijnen samenkomen.

Dit zal er ook toe leiden dat het proces van uitstoten van laagwaardige functies uit de duurere delen van de stad door zal gaan. Kresjtsjatiek zal steeds duurder worden, en in vergelijking met buitengebieden steeds meer grondprijzen krijgen die ook in West-Europese steden gebruikelijk zijn. In de toekomst zal er voor centra als Metrograd geen plaats meer zijn. Dat centrum wordt ofwel verbouwd en drastisch verbeterd, ofwel gesloten. Een centrum als Arena-City zal, onder toenemende druk van concurrentie die wel goed bereikbaar is, waarschijnlijk gesloten worden en veranderd worden in kantoorruimte.

Het bid-rent model zal voor Kiev een steeds gebruikelijkere vorm krijgen. De onevenredige populariteit van Karavan, die hoge huurprijzen aldaar mogelijk maakt, zal straks verdwijnen door een groter aanbod van grootschalige, hypermarktgelieerde winkelcentra. Dit geldt ook voor andere winkelcentra in de stad, zoals Aladdin, Pyramida, Daardoor zullen de huurprijzen van centrum naar stadsrand steeds meer een dalende lijn vertonen, met een lichte afwijking rond de ring van de stad waar aantrekkelijke autolocaties gebouwd kunnen worden.

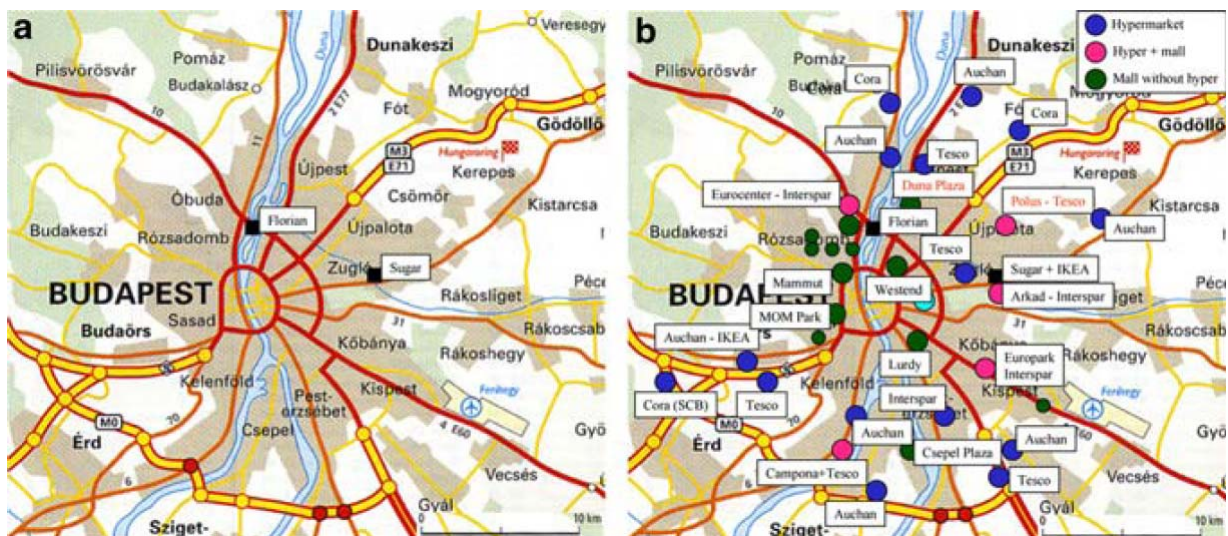
Cumulatieve werfkracht is op een aantal locaties in Kiev goed zichtbaar. Petrivka huisvest op dit moment al een grote hoeveelheid detailhandel, met markten, de winkelcentra GorodOK, Makros en Alta Centre en perifere detailhandelsvestigingen als Megamarkt, Metro Cash & Carry en een aantal elektronicazaken. Daar zal in de toekomst, als alle plannen worden uitgevoerd, voor tienduizenden vierkante meters aan winkelruimte bijkomen, waarmee het gebied zich ontwikkelt tot een winkelgebied dat kan wedijveren met de binnenstad. De bouwplannen omvatten voorlopig Petrivka Mall (57.500 m<sup>2</sup>), Blockbuster (20.000 m<sup>2</sup>) en Lifestyle Centre (32.000 m<sup>2</sup>). Daarnaast is het minstens zo goed bereikbaar per auto. De omgevingskwaliteit laat voorlopig echter te wensen over, en het gebied bedient niet de hele stad doordat het vrij ver naar het noorden ligt. Maar ondanks dat de aldaar aanwezige centra concurreren met elkaar, zorgen ze er gezamenlijk voor

dat Pevtrivka een van de belangrijkste en populairste winkelgebieden van Kiev zal blijven.

Naarmate de concurrentie toeneemt, zullen de randvoorwaarden zoals geformuleerd door het RPB ook steeds belangrijker worden. Doordat straks het aanbod steeds meer in overeenstemming is met de vraag, worden factoren als bereikbaarheid, aanwezige merken, parkeermogelijkheden en sfeer steeds belangrijker voor winkelcentra. Dan zal blijken dat een aantal bestaande centra niet voldoet en dat het steeds meer gaat lonen om te investeren in duurzame winkelcentra, die na tien jaar nog steeds een aantrekkelijke bestemming zijn. Centra als Metrograd en Arena-City, en ook veel van de andere haastig gebouwde winkelcentra vol anonieme winkels zullen dan waarschijnlijk verdwijnen of sterk verbouwd en verbeterd worden.

### 9.3 Ervaring in andere (vergelijkbare) landen

De transitieprocessen waar Oekraïne doorheen gaat, zijn voor een groot deel ook te zien geweest in andere Oost-Europese landen. Steden als Boedapest, Praag en Warschau zijn van een vergelijkbare schaal en zijn ook vanuit een postsocialistische stedenbouwkundige structuur naar een op westerse leest geschoeide detailhandelsstructuur komen. Een voorbeeld van de manier waarop Boedapest in 15 jaar volledig is omgebouwd is te zien in figuur 9.2. In deze figuur zijn alle hypermarkten, winkelcentra met hypermarkt en losse winkelcentra aangegeven.



Figuur 9.2 - Ontwikkeling winkelcentra in Boedapest 1990 (a) - 2005 (b) (Kok, 2007)

Uitzonderlijk voor Kiev is dat de ontwikkelingen allemaal pas 10 jaar later lijken te beginnen (Interview Goris). Globus werd als eerste winkelcentrum in 2001 geopend (Colliers International, 2006). De intense economische crisis van de jaren '90, de relatieve gerichtheid op Rusland en de ondoorzichtige institutionele structuur, gecombineerd met grote corruptie, maken dat westerse bedrijven relatief lang gewacht hebben om Oekraïne te betreden. Deze bedrijven hebben in andere Oost-Europese landen voor de grote veranderingen gezorgd (Kok, 2007). In Oekraïne is de markt nu grotendeels ingevuld door lokale spelers, die nu voor een landelijk dekkend net van supermarkten hebben gezorgd die een redelijke standaard hebben. Er zijn nog heel veel kleine ketens, maar de markt is bezig met een

consolidatieproces waar uiteindelijk een aantal grote spelers zal overblijven. Veel kleine supermarktbedrijven, die bijvoorbeeld uit een tot vijf filialen bestaan, bieden zich al aan bij grotere ketens. Die zullen de concurrentie met westerse ketens aan moeten gaan door distributiesystemen te verbeteren en door scherper op marges te gaan letten. Dan kunnen ze hun relatieve voordeel, namelijk de kennis van de Oekraïense markt en hun voordeel bij het in bezit krijgen van geschikte locaties, behouden. Daarnaast zullen westerse bedrijven zich waarschijnlijk meer op hyper- dan op supermarkten richten, waardoor deze markt enigszins buiten schot zal kunnen blijven. (Interview Goris)

Op het gebied van hypermarkten zullen westerse bedrijven waarschijnlijk dominant worden, zoals Tesco en Carrefour dat in Polen zijn. Real en Auchan, en ook Carrefour zijn bezig om activiteiten te ontplooiën in Oekraïne, terwijl nu in Kiev pas twee hypermarkten open zijn. Karavan is een groot succes, mede op basis van zijn uniciteit, en de O'Key is sinds 14 november 2007 open. De eerste weekends was de winkel erg druk en stonden de rijen bij de 64 kassa's tot halverwege de gangpaden. Maar het aantal hypermarkten en aan hypermarkten gelieerde winkelcentra is dus nog bijna nul en de grootste ontwikkelingen moeten daar nog komen. De ontwikkeling van hypermarkten hangt ook samen met de nu snel toenemende automobiliteit in Oekraïne. Om hypermarkten goed mogelijk te maken moeten er genoeg consumenten automobiel zijn, en dat zal in toenemende mate het geval zijn.

Buitenlandse bedrijven zullen ook de standaard gaan zetten op het gebied van winkelcentra. Multi heeft in verscheidene Oost-Europese landen succesvolle projecten, en ook Duitse, Franse, Britse, enzovoorts ontwikkelaars opereren met succes in deze markten. De honger van Oost-Europese consumenten naar hoogwaardige winkelvoorzieningen, die er in het verleden niet waren en die voor veel landen een compleet nieuw fenomeen zijn maakt dat West-Europese ontwikkelaars een flinke voorsprong hebben op lokale ontwikkelaars en ook bereid zijn te investeren in duurzamere projecten van hogere kwaliteit, omdat hun financiële positie veel sterker is. West-Europese bedrijven kunnen het zich veroorloven om hun investeringen in 10 jaar terug te verdienen omdat hun risico's over tientallen projecten gespreid zijn, terwijl lokale ontwikkelaars met hun projecten veel grotere risico's lopen. De neiging bestaat dan om in plaats van te investeren in kwaliteit veel meer te snijden in kosten, wat een heel andere benadering is en veel minder goede winkelcentra oplevert.

## H10 OMGAAN MET POTENTIËLE LOCATIES

### 10.1 Algemeen

De manier waarop Multi opereert in Oekraïne is aanbod gedreven. Het verwerven van land met 'freehold' status, dus volledig eigendomsrecht, is lastig en geschiedt via lokale partijen en partners, die veel beter hun weg kennen in de ondoorzichtige Oekraïense grondmarkt. Praten gebeurt met lokale partners, en via een heel netwerk van banken, investeerders, consultants en andere ontwikkelaars. Uit al deze contacten komen regelmatig locaties gerold, waarvan dan de geschiktheid wordt bepaald. Dat is een heel andere manier van werken dan een stad analyseren, en op basis van het ruimtelijk patroon bepalen waar een winkelcentrum rendabel te exploiteren is.

In principe kan, wanneer een site wordt aangeboden, wel het Generalniy Plan 2020 van Kiev gebruikt worden om te kijken welke globale ontwikkelingen er verwacht worden in dat gedeelte van de stad (Kyivproekt, 2002). Zo staat in het zuidoosten van de stad inmiddels een aantal winkelcentra, maar aan de zuidkant van die wijken zullen grote uitbreidingen gaan plaatsvinden die voor een hoop nieuwe koopkracht zullen zorgen in dat gebied. Ook voor de noordoostkant geldt dit. Ook kunnen de nieuwe ringweg of uitbreidingen van het metronet dienen als leidraad bij met name het beoordelen van locaties op basis van bereikbaarheid.

### 10.2 Fictieve site Vydubitsji

Op basis van marktinformatie en de kaart is het mogelijk om een voorbeeldsite in Kiev te nemen en daar een analyse van te maken op de manier waarop Multi dat doet. Er wordt hier een fictieve site behandeld nabij de wijk Vydubitsji, op een industrieterrein aan de zuidkant van Kiev, in de oksel van een druk verkeersknooppunt. Gezien het feit dat Multi alleen opereert op basis van 'freehold', dus volledig eigendomsrecht, is aangenomen dat dat ook voor deze locatie geldt. De locatie wordt schematisch en puntsgewijs doorgenomen, om in een oogopslag alle voor de ontwikkelaar essentiële gegevens paraat te hebben:

#### Kerngegevens van deze locatie

- De grootte van de site is ongeveer 7 ha, op een oud industrieterrein
- 'Freehold' site, in privébezit
- Suburbaan winkelcentrum, gepland, concept door T+T
- Plan voor 50.000 m<sup>2</sup> vvo regionaal winkelcentrum
- Principeakkoord van de gemeenteraad



#### Omgeving

- Het gebied rond de site zelf is niet dichtbevolkt:
  - o Naar het noorden: industrieterrein, warehouses
  - o Naar het oosten: rivier de Dnjepr, brug richting oostoever
  - o Naar het zuiden: industrieterrein en natuurgebieden
  - o Naar het westen: park
- Verder weg:
  - o Naar het noorden: Petsjerskiy Rajon, na het centrum de duurste wijk van Kiev, veel koopkracht



- Naar het oosten: Osokorky en Poznjaky, grote Sovjetwijken, 20-30 jaar geleden gebouwd, net over de rivier
- Naar het zuiden: langs de uitvalsweg richting Kozyn liggen landgoederen van de elite
- Naar het westen: woonwijken in het Holosiyivskiy Raion, voornamelijk middenklasse

### Locatie

- De site ligt in de oksel van de kruising van de zuidelijke ringweg en de grootste weg langs de rechteroever van Kiev. Al het verkeer van het centrum (ca 4 km verderop) naar het vliegveld en de zuidoostelijke wijken v.v. komt over dit kruispunt

### Toegankelijkheid

- Per auto:
  - Achtbaanswegen vanuit alle richtingen, zware verkeersstromen gedurende de dag en veel file in de spitsuren
- Per openbaar vervoer
  - Metrostation Vydubitsji met directe aansluiting op lijn van het centrum naar de zuidoostelijke woonwijken
  - Busstation Vydubitsji waar nationale buslijnen vertrekken
  - Minibusjes, lijnbussen, trolleybussen: knooppunt van openbaar vervoer

### Bereik

- De Vydubitsji site zal vooral het zuiden van de stad bedienen. De geschatte hoeveelheid inwoners binnen 20 minuten met de auto bedraagt ongeveer 1.000.000 mensen

### Programma

- Het plan is gebaseerd op een regionaal winkelcentrum concept
- Plan met 50.000 m<sup>2</sup> vvo, met hypermarkt. Met aansluitend land is een IKEA ook mogelijk
- Gemaksgoederen, basis non-food goederen (consumentenelectronica, kleding) en recreatie zijn basiselementen in Oekraïense winkelcentra
- Parkeren: ondanks de uitstekende aansluiting op het openbaar vervoer is dit primair op een auto's gerichte locatie. Mensen die per auto komen hebben ook de grootste koopkracht. Daarom ongeveer 2.500 parkeerplaatsen, uitgaande van 1 plaats per 20 m<sup>2</sup> VVO, gratis

### Concept

- Suburbaan concept, regionaal winkelcentrum
- Open concept
- Anchors:
  - Hypermarkt
  - Doe-het-zelfzaak
  - Grote consumentenelectronicawinkel
  - Recreatie: grote bioscoop
  - Reguliere winkels: verschillende modezaken
  - Food court

- Winkelcentrum over twee verdiepingen:
  - o Begane grond met hypermarkt en winkelgallerij
  - o 1e verdieping met foodcourt en bioscoop

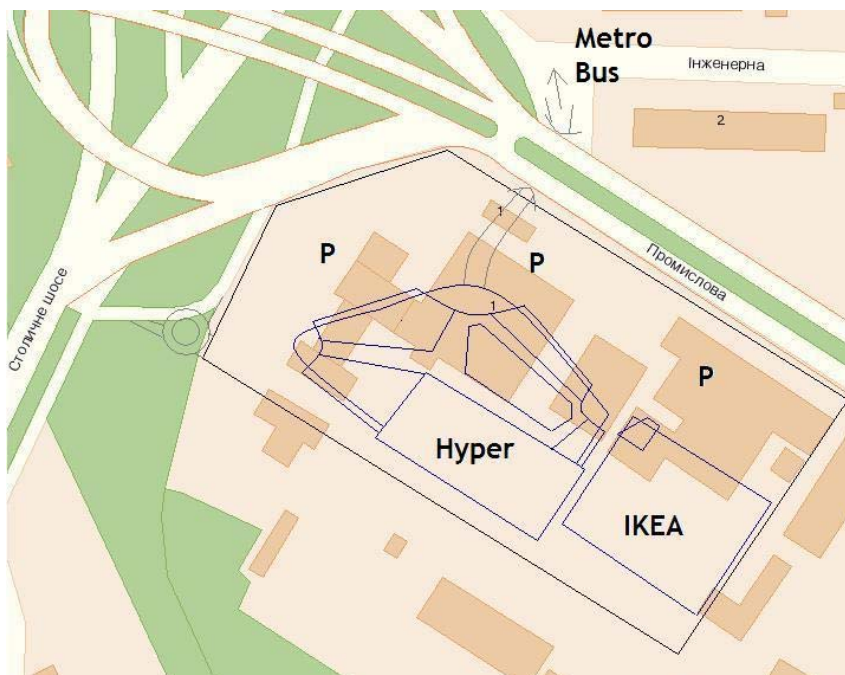
### Conclusies - SWOT

- Strength:
  - o Uitstekende locatie, grote verkeersstromen, zichtlocatie
  - o Gelegen bij een relatief rijk gedeelte van Kiev
  - o Uitstekende aansluiting op openbaar vervoer
- Weakness:
  - o Hoge filedruk, verdere toename van congestie
  - o Relatief perifere locatie
  - o Gelegen bij onaantrekkelijk industriegebied
- Opportunities:
  - o Mogelijkheden om te profiteren van stadsuitbreidingen naar het zuidoosten
  - o Kan een startpunt zijn van verdere upgrade van het industriegebied
- Threats:
  - o Veel concurrentie langs de weg naar het vliegveld
  - o Aanleg buitenring Kiev kan verkeer wegnemen

### Aanbevelingen

- Suburbaan winkelconcept:
  - o Hypermarkt, gemaksgoederen, consumentenelectronica, IKEA
- Grootte is essentieel, aan te raden is om het centrum en merken zo groot en zo sterk mogelijk te maken
- Ruimhartig zijn met parkeerruimte, typische autolocatie

### Mogelijke indeling



Op basis van deze gegevens, aangevuld met de eerste onderhandelingsresultaten met mogelijke huurders, wordt een investeringsbeslissing genomen en wordt het proces van ontwikkeling in gang gezet. De praktijk is heel wat weerbarstiger dan dit schema suggereert. Zoals eerder gezegd is het onmogelijk om zomaar op een kaart een locatie aan te wijzen en daar de grond te kopen. Het is vaak een steekspel tussen grondeigenaren, eventueel uit te kopen omwonenden, overheden en lokale ontwikkelaars, die allemaal belangen hebben die niet altijd overeenkomen met die van de ontwikkelaar. De beschikbare locaties bepalen de mate van activiteit vaak: de manier van zaken doen van Multi wordt dan ook 'opportunity-driven' genoemd.

### 11.1 Algemeen

In het document 'Investment Memorandum of the city of Kyiv', geschreven door de gemeentelijke diensten Economische Zaken en Financiën, in samenwerking met specialisten van het gemeentelijke onderzoeksbureau voor sociaaleconomische ontwikkeling, worden de mogelijkheden voor investeerders in Kiev op een rij gezet. Er staat een compleet overzicht in van de taken en wettelijke bevoegdheden die de gemeente heeft rond dit thema. De lijst beslaat bijna drie pagina's, waarin zaken als onteigening, financieringsconstructies en eventuele belastingvoordelen genoemd worden (Gemeente Kiev, 2005). De gemeente speelt dan ook een belangrijke rol bij het ontwikkelen van vastgoed, als instantie die de bouwvergunningen afgeeft, de bouw controleert en het algemeen belang in de gaten moet houden.

Ernstige complicatie van dit systeem is de ernstige corruptie in Oekraïne. Uit een onderzoek van Transparency International, een NGO die onderzoek doet naar corruptie, blijkt dat Oekraïne zeer slecht scoort op dit gebied: gevraagd naar de invloed van corruptie op de aantal sectoren in de samenleving, halen de politieke sector en het zakenleven scores van respectievelijk 3,5 / 4 en 3,3 / 4 onder 1200 respondenten (Transparency International, 2006, p.24). Wereldwijd eindigt het land in de wereldwijde 'corruptie-index' van dezelfde NGO op een gedeelde 118<sup>e</sup> plaats, met onder andere Mali en Malawi. Ook in alle drie de interviews die gehouden zijn in het kader van dit onderzoek kwam corruptie als groot probleem naar voren, die met name zit in de vermenging van politiek en zakenleven, wat mede een verklaring kan zijn voor de vergelijkbare scores hierboven.

Drapikovskiy stelt dat de juiste connecties en veel geld het proces van vergunningverlening bij de gemeente flink kunnen versnellen. Kravets hekelt de onbetrouwbaarheid van de overheid. Als voorbeeld noemt zij het winkelcentrum Trojitskiy, waarvan de bouw na verkiezingen om vage redenen is stilgelegd. De officiële reden daarvoor was dat het project de vluchtroutes van het naastgelegen Olympisch Stadion zou blokkeren. Vergelijkend onderzoek naar het Stade de France in Parijs zou echter aangetoond hebben dat de vluchtroutes in Kiev nog beter waren dan die van het prima functionerende stadion in Frankrijk. Het is een indicatie van schijnbare willekeur waarmee regels worden toegepast. Goris geeft dat ook aan: veel wetgeving is, mede doordat het land nog steeds zo jong is, van matige kwaliteit en voor velerlei uitleg vatbaar. Om de kwaliteit van wetgeving te verbeteren zijn vanuit de EU ook projectgroepen actief om Oekraïense overheden te helpen bij het verbeteren van hun wetgeving.

Daarnaast is de lokale overheid in Oekraïne relatief zwak ten opzichte van de nationale overheid. De beslissing om het Trojitskiy-project stil te leggen kwam ook van de nationale overheid, waar de neiging bestaat om bij grotere (prestige)projecten de regie over te nemen van lokale overheden (Interview Kravets). Ook is het goed voorstelbaar dat gemeenten, die zelf amper over financiële armslag beschikken, snel de neiging hebben om mee te gaan met plannen van investeerders. De hoeveelheden geld die rijke Oekraïense en buitenlandse bedrijven kunnen investeren zijn voor gemeenten te groot om niet te accepteren, wat ertoe leidt dat de feitelijke macht bij die bedrijven komt te

liggen. Dat wordt versterkt doordat de rijkste Oekraïense bedrijven in handen zijn van de rijkste mannen van het land. Deze mannen hebben vrijwel allemaal grote politieke invloed. Ook in Oekraïne bestaat een klasse van oligarchen, net als in Rusland. Politiek wordt in deze kringen gezien als verlengstuk van de zakendoen, waarbij de neiging om het algemeen belang uit het oog te verliezen groot is.

### *11.2 Ruimtelijke ordening*

Dat wreekt zich ook in de ruimtelijke ordening. Voor de ruimtelijke ontwikkeling van steden en gebieden werden al in de Sovjettijd ‘Generalnye Plany’, algemene ontwikkelingsplannen, gemaakt. In Kiev is men daar ook na de onafhankelijkheid mee doorgeshaan. Door het bureau Kyivprojekt is in 2002 het Generalniy Plan 2020 uitgebracht, waarin de voorziene ruimtelijke structuur van de stad in 2020 aangegeven staat. Kyivprojekt is een (gemeentelijke) overheidsinstantie die stedenbouwkundige plannen maakt, maar daarnaast ook woningbouwprojecten initieert en bouwkundige inspecties uitvoert.

Dit plan is slechts een indicatie van wat de overheid wenselijk acht. Wat er in de praktijk gebeurt, wordt bepaald door bedrijven. Wijzigingen in bestemmingsplannen zijn door sommige bedrijven makkelijker te regelen dan door andere. Goed voorbeeld daarvan is wat er op het centrale plein van de stad is gebeurd. Het winkelcentrum Globus is onder dat plein gebouwd. De architect van dat plan had ook zitting in de commissie die de bouwkundige kwaliteit van het ontwerp moest controleren (Interview Kravets). Daarnaast wordt er gezegd dat de bouw van het winkelcentrum nog een doel diende: om het plein grotendeels af te kunnen sluiten. Hierdoor konden demonstranten, die zich destijds (in 2000 en 2001) daar wilden verzamelen om te protesteren tegen het regime, daar niet meer terecht (Yekelchuk, 2007). Zo gebeurt het dat bouwprojecten in Oekraïne soms gebruikt worden om persoonlijke belangen te dienen, en niet het algemeen belang. Dat maakt de rol van overheid in Oekraïne dubieus en weinig betrouwbaar voor de miljoenen Oekraïners die alleen bij verkiezingen inspraak hebben.



## DEEL VI CONCLUSIES

### H12 CONCLUSIES

#### *12.1 Beantwoording hoofd- en deelvragen*

Kiev en Oekraïne zijn diepgaand beïnvloed door het communistische systeem. De hoofdstad van het nieuwe Oekraïne is gedurende de 70 jaar dat de Sovjet-Unie macht uitoefende over de stad, ongeveer verviervoudigd qua inwonertal. Derhalve heeft het bewind een diepgaande invloed gehad op de stedenbouwkundige structuur van Kiev.

Gezien de lage prioriteit van detailhandel in het systeem, was het niet gek dat bij de ineenstorting ervan en bij de opkomst van een liberaal systeem, detailhandel door een intensief transitieproces moest. Dat proces duurt nog steeds voort en zal de komende jaren doorgaan. Detailhandel had weliswaar een kleine rol en werd als veel minder belangrijk dan zware industrie en mijnbouw gezien, toch had het systeem een grote invloed op de locatie, grootte en bevoorrading van detailhandelsvestigingen in de stad, waarbij vanaf de jaren '60 een strikt hiërarchisch systeem gehanteerd werd. Schaarste was echter kenmerkend voor winkels in de Sovjet-Unie, schaarste die ook tot uitdrukking kwam in het feit dat winkels en sociaal-culturele voorzieningen sluitpost van de begroting voor stadsuitbreidingen waren.

In 1991 vielen het centrale gezag, de centrale distributiekkanalen en daarmee de bodem onder het detailhandelssysteem weg. Tegelijkertijd viel Oekraïne in een diepe recessie die tot 2000 zou duren en het land 40% van het BNP kostte. Derhalve had detailhandel de eerste jaren na de transitie een tijdelijk en geïmproviseerd karakter. Ontwikkelingen die zich in veel transitie-economieën voordeden kwamen ook in Oekraïne voor: straathandel, bazaars en illegale markten en het verschijnen van talloze kiosken in het straatbeeld. De kwaliteit van deze detailhandel was begrijpelijkerwijs laag, gezien de armoede die er heerste in de eerste jaren na de onafhankelijkheid. Pas na 1996 begonnen er winkels te ontstaan die zich lieten vergelijken met westerse detailhandel. Vanaf 2001 zijn daar ook westerse winkelcentra bijgekomen, al is de meerderheid van die centra gebouwd door lokale partijen en een deel van een niveau dat in het westen zelf niet geaccepteerd zou worden.

Reden voor het feit dat westerse bedrijven de markt pas laat hebben betreden zijn de lange economische crisis, gecombineerd met ondoorzichtige regelgeving en een instabiele overheid. De overheid is in Oekraïne nog niet betrouwbaar voor burgers en buitenlandse investeerders. Politiek en zakenleven lopen in elkaar over en soms worden bouwprojecten gebruikt voor persoonlijk gewin, terwijl het algemeen belang voor de overheid voorop zou moeten staan. Zolang overheden te weinig financiële armslag hebben en de corruptie zo wijd verspreid blijft, zal de situatie maar moeilijk kunnen verbeteren. De buitenlandse bedrijven zullen echter andere verwachtingen hebben van de overheid dan de lokale spelers, die allemaal hun connecties hebben. Daarom moet wetgeving worden verbeterd, zodat dezelfde regels voor iedereen gaan gelden en niet omzeild kunnen worden door personen met geld of connecties.

Nu deze factoren echter verbeterd worden, onder meer door projecten van de EU, komen ook de buitenlandse investeringen op gang. Oekraïne zit in een tussenfase. Dat is ook te zien wanneer men de locatie en spreiding van detailhandel in Kiev op dit moment toetst aan de gangbare economisch-geografische theorieën.

De theorieën van Christaller zijn redelijk zichtbaar in Kiev. Het strikt hiërarchische model dat gedurende de Sovjet-Unie gebruikelijk was, laat zich goed vergelijken met het hiërarchische systeem van Christaller. Ondanks dat de winkelvoorraad van Kiev sinds 1991 enorm is gegroeid, is de structuur van buurt, wijk, stadsdeel en stadscentra nog goed waarneembaar. Dat komt ook doordat de grootste Sovjetwarenhuizen zijn verbouwd, nog steeds in gebruik en redelijk succesvol zijn.

Op dit moment voldoet de 'bid-rent' curve van Kiev niet aan het standaardmodel van Alonso. Dat komt doordat er nog steeds grote schaarste heerst op de markt voor winkelcentra, die leidt tot onevenredige populariteit van enkele winkelcentra die al wel open zijn. Dit is een indicatie van de mate waarin de vraag het aanbod overtreft. Er zullen in de toekomst nog heel veel centra gebouwd gaan worden, waardoor de curve langzaam steeds meer een normaal verloop gaat krijgen.

Clustering van winkel en effecten van cumulatieve causatie zijn in Kiev ook waarneembaar. Er lijkt een winkelenclave te gaan ontstaan rond Petrivka, waar al meerdere winkelcentra en perifere detailhandelsvestigingen gesitueerd zijn, maar waar nog veel meer gebouwd zal gaan worden. Daarnaast heeft de hoofdstraat geprofiteerd van de bouw van een aantal winkelcentra, die ervoor gezorgd hebben dat de gebouwen langs de hoofdstraat, die niet zo geschikt zijn voor detailhandel, aangevuld zijn met grote hoeveelheden vloeroppervlak, waardoor de winkelfunctie van de hoofdstraat gegarandeerd lijkt.

Reilly's theorie lijkt maar op hele kleine schaal te werken. Karavan is een groot succes, omdat het het grootste winkelcentrum van Kiev is, en een van de weinige hypermarkten bevat, maar in principe wordt het aanbod nog steeds dusdanig door de vraag overtroffen dat winkelcentra nog amper op grootte en winkelaanbod hoeven te concurreren. Ook de slecht ontworpen en onsuccesvolle winkelcentra zijn nog steeds bijna helemaal verhuurd, zoals bijvoorbeeld Arena-City.

Diezelfde schaarste maakt dat de criteria van het RPB niet goed opgaan. Alle winkelcentra lijken rendabel te zijn, ongeacht het winkelaanbod, de parkeermogelijkheden of de sfeer. Winkelcentra die naar westerse maatstaven een bijzonder armoedige aanblik bieden, zoals Metrograd of zelfs de markt van Trojesjtsjina, hebben veel klanten en bedienen een deel van de markt. Het gebrek aan aanbod maakt zware concurrentie vrijwel onmogelijk.

Kiev gaat langzaam wel mee in de wereldwijde neiging naar steeds grotere centra en steeds meer autogerichtheid van die centra. De bouwplannen voor Kiev omvatten talloze projecten die het grootste centrum van dit moment (Karavan met 32.000 m<sup>2</sup>) zullen overtreffen. Ook de plannen van Multi in Oekraïne houden allemaal grotere winkelcentra in. Daarnaast zullen hypermarkten in aantal toenemen, die in principe ook grotere vloeroppervlaktes hebben dan het huidige aanbod. De autoverkopen in Oekraïne zijn binnenkort de hoogste van heel Europa, waardoor de automobiliteit van de bevolking sterk toeneemt. Winkelcentra die in

de toekomst gebouwd zullen gaan worden, zullen zich dan ook in toenemende mate op de auto richten. Dat effect wordt versterkt door de verschuiving in het consumptiegedrag. Op dit moment geeft een gemiddelde Oekraïner 46% van zijn budget uit aan eten, drinken en tabak. In Nederland is dat slechts 13%. Langzamerhand zullen Oekraïners dus steeds meer geld gaan uitgeven aan luxegoederen en andere 'non-basic' producten. Een groot deel van die producten, zoals bijvoorbeeld meubels, wordt met de auto betrokken.

Kiev voldoet op een aantal vlakken nog helemaal niet aan de economisch-geografische theorie zoals die in het westen geformuleerd is. Langzamerhand gaat de stad wel steeds meer die richting op. Het liberale economische klimaat en het feit dat westerse bedrijven ook een westerse manier van winkelen en vestigingsbeleid met zich meebrengen zullen ervoor zorgen dat Kiev steeds meer gaat kloppen met de theorie, die ook gebaseerd is op aannames die in het westen gelden. De aanblik van de stad is de afgelopen 16 jaar onherkenbaar veranderd, en onder druk van de economisch-geografische wetten die inmiddels steeds meer opgaan voor de stad, zal dat proces van verandering en aanpassing aan de westerse standaard voortgezet worden.

## 12.2 Hypothesen

In hoofdstuk 2 is ook een aantal hypothesen geformuleerd. Aan de hand van dit verhaal kunnen deze verworpen of bevestigd worden.

### *De komende jaren zullen veel nieuwe winkels hun deuren openen in Kiev*

Alle economische indicatoren wijzen erop dat Oekraïne zich de komende jaren flink zal blijven ontwikkelen. De huidige schaarste aan winkelruimte in ogenschouw nemend, lijkt het erop dat de komende jaren veel nieuwe winkels zullen openen om in de groeiende vraag te kunnen blijven voorzien. Aanmerking hierbij is wel dat toenemende winkelgroottes dit effect zullen drukken. Immers, een hypermarkt kan de rol van een bakker, slager, groenteboer, supermarkt, elektronikamarkt, kiosk, enzovoorts in zich verenigen, waardoor het absolute aantal winkels afneemt. De hoeveelheid winkelruimte zal in ieder geval toenemen.

### *De financieel veel sterkere westerse bedrijven zullen veel Oekraïense concurrenten uit de markt drukken*

Dat valt te bezien. Westerse detaillisten zullen zich bijvoorbeeld waarschijnlijk vooral op het in Oekraïne onderontwikkelde hypermarktsegment richten. Supermarktketens die vrijwel allemaal Oekraïens zijn, zullen daardoor behoorlijk buiten schot kunnen blijven. Natuurlijk zullen supermarkten veel concurrentie ondervinden van de nieuw te openen hypermarkten, maar ze zullen niet verdwijnen, daarvoor blijft hun 'spatial monopoly power' te groot. In sommige sectoren zal het dus meevallen. Aan de andere kant zijn er sectoren, zoals dure non-food en fashion, waar Oekraïense merken vrijwel afwezig zijn. Hier zullen westerse bedrijven de markt vrijwel volledig gaan domineren.

### *Kiev is een relatief dure stad, waardoor veel bedrijven zich op de stadsranden zullen richten voor het ontwikkelen van onder meer 'big boxes'*

Het is gebleken dat ook in het centrum van Kiev een aantal winkelcentra ontwikkeld kon worden. Toch zal het gros van de nieuwe ontwikkelingen buiten het centrum plaatsvinden. De bereikbaarheid van de binnenstad onder druk en is het

dus geen aantrekkelijk locatie om met de auto heen te gaan. Kiev gaat mee in de wereldwijde trend om autogerichte detailhandel te ontwikkelen, en die concentreert zich logischerwijs langs de grote autoroutes van de stad.

*Een groot gedeelte van de huidige detailhandel zal zich weten te handhaven, door een gebrek aan financiële draagkracht voor een deel van de bevolking*

Er zal detailhandel blijven die zich richt op de armste gedeelten van de bevolking. Een flink deel van de huidige detailhandel zal toch geherstructureerd moeten worden, omdat de bevolking wel rijker wordt en de kwaliteit van een aantal winkelgebieden te laag is. Binnen tien jaar zullen markten zoals Trojesjtsjina verdwenen zijn en zullen veel supermarkten van de 1<sup>e</sup> generatie gesloopt en/of ingrijpend verbouwd worden.

*In de toekomst zal de overheid gaan ingrijpen in de manier waarop ontwikkeld wordt en in de voorwaarden waaraan ruimtelijke ontwikkelingen moeten voldoen*

In principe zijn alle instrumenten voor gestructureerd en eerlijk overheidsingrijpen aanwezig. Op dit moment maken corruptie en de hechte banden tussen politiek en zakenleven een betrouwbare overheid onmogelijk. Mensen met geld en connecties krijgen meer en sneller dingen gedaan dan gewone burgers of buitenlandse bedrijven. Dat zal in de toekomst veranderen als de overheid meer financiële draagkracht krijgt en de betrouwbaarheid van wetgeving toeneemt. Dan zal de overheid beleid kunnen gaan voeren waarbij het algemeen belang en de rechtszekerheid van niet-insiders beter gewaarborgd kunnen worden.

## H13 AANBEVELINGEN

Kiev is als hoofdstad van Oekraïne niet representatief voor het hele land. De stad is rijker, verder ontwikkeld en mondainer dan de rest van Oekraïne, met Odessa wellicht als enige uitzondering. Toch is het interessant om te bekijken wat er in de rest van het land gebeurt. Oekraïne heeft een groot urbaan netwerk, met veel grote steden waar veel mensen wonen met een op dit moment snel toenemende koopkracht. Niet voor niets is Multi op dit moment bezig met projecten in Kharkov, Lvov, Odessa en Simferopol. Al deze steden gaan voorzien worden van moderne winkelfaciliteiten, en er ligt een omvangrijke klus om al deze steden te analyseren op mogelijkheden voor uitbreiding van het winkelapparaat. Er zou onderzoek gedaan moeten worden naar winkelontwikkelingen in de regio, waarbij ook weer de vergelijking met Midden-Europa een interessante en relevante is.

Verder is de rol van de Oekraïense overheid een heel interessante. Waar in Nederland politiek en zakenleven behoorlijk strikt gescheiden werelden zijn, lopen beide hier in elkaar over. Er is eigenlijk geen coherente visie op de manier waarop ongewenste ruimtelijke ontwikkelingen tegengegaan moeten worden, ondanks dat er een groot uitbreidingsplan voor 2020 ligt. Uit de gebeurtenissen in bijvoorbeeld Polen en Hongarije kunnen echter waardevolle lessen getrokken worden voor Oekraïne. In die landen zijn de ontwikkelingen zo snel gegaan dat er nu al sprake is van teveel aanbod en de roep om het aantrekken van de teugels. Oekraïne is nog lang niet zover, maar als er werkelijk gebouwd gaat worden wat beloofd wordt, dan zal Kiev binnen tien jaar ook volledig voorzien zijn van allerhande detailhandelsontwikkelingen, die lang niet allemaal even gunstig of goed voor de stad zijn. Het kan waardevol zijn om uit te vinden wat voor instrumenten postcommunistische overheden hebben om investeerders op voor het algemeen belang nuttige manier te laten werken.

Wat een bijzonder interessante ontdekking was, was het effect van westerse bedrijven op de economie en de manier van zaken doen in een zich nog ontwikkelend land. Uiteraard komen westerse bedrijven hier om geld te verdienen, maar ze nemen tegelijkertijd een veel transparantere manier van zaken doen met zich mee, die autoriteiten en lokaal bedrijfsleven dwingt om anders te gaan werken. Alle lokale 'cowboys', die de afgelopen jaren snel rijk zijn geworden door op een handige en halfcorrupte manier zaken te doen, zullen hun praktijken moeten aanpassen om ook voor multinationals een aantrekkelijke partner te zijn. Oekraïne is natuurlijk niet het enige land waar dit fenomeen zich voordoet. Er zijn talloze bedrijven actief in bijvoorbeeld Thailand en China. Het effect van westerse bedrijven op het doen van zaken in zich ontwikkelende landen zou onderzocht moeten worden.

Informatie die ik node miste, waren gegevens over de gebeurtenissen in Oekraïne vlak na de val van de Sovjet-Unie. Het is erg onduidelijk wat er gebeurd is met alle voormalige staatsbedrijven en coöperatieve verbanden die de detailhandel regelden. Het lijkt alleen mogelijk om op basis van interviews met direct betrokkenen in Oekraïne zelf achter deze gegevens te komen. Die informatie verdwijnt en zou zo snel mogelijk vastgelegd moeten worden, omdat het licht werpt op transitieprocessen, en kan helpen om voorspellingen te doen over landen waar deze veranderingen mutatis mutandis nog moeten plaatsvinden, zoals Noord-



Korea, Cuba en ook China. Het zou mijn onderzoek sterk verbeterd hebben als er meer zicht was geweest op de manier waarop de staatswinkels precies verdeeld werden na 1991 en wat er gebeurd is met de coöperatieve verbanden die voorheen zo belangrijk waren voor de distributie van goederen.

## BIBLIOGRAFIE

- Aroetjoenjan, A. (2005), *Kyiv - Vtsjora i S'ohodni* (vert. Kiev - Gisteren en vandaag), Vidavets Asjot Aroetjoenjan, Kiev (UA)
- Bak, L. (1971), *Hoofdwinkelcentrum, structuur en functie van het kernwinkelapparaat*, Samsom, Alphen a/d Rijn
- Bertaud, A., B. Renaud (1995), *Cities without land markets: location and land use in the socialist city*, Policy Research Paper 1477, World Bank, Washington DC (VS)
- Bolt, E.J. (1995), *Productvorming in de detailhandel: handboek*, Bolt, Merkelbeek
- Brade, I. en F. Grimm (1998), *Städtesysteme und Regionalentwicklungen in Mittel- und Osteuropa : Rußland, Ukraine, Polen*, Institut für Länderkunde, Leipzig (D)
- Bruin, M. de (1997), *Grond- en transitiepolitiek in Midden-Europa - transformatieprocessen in de stedelijke agglomeraties Praag en Boedapest*, Faculteit Bouwkunde TU Delft, Delft
- Christaller, W. (1933), *Die Zentralen Örtel in Süddeutschland*, Gustav Fischer Verlag, Jena (D)
- Colliers International (2006), *Rental Rates Study (Kharkiv, Odessa, Kyiv)*, Colliers International Ukraine, Kiev (UA)
- Colliers International (2007), *Real estate review Ukraine*, Colliers International Ukraine, Kiev (UA)
- Colliers International (2007a), *Ukraine semi-annual real estate review*, Colliers International Ukraine, Kiev (UA)
- Coricelli, F. (2007), *Democracy in the post-communist world: unfinished business*, in: East European politics and societies 21 nr. 1: 82-90
- Cushman & Wakefield (2007), *Main streets across the world 2007*, Cushman & Wakefield, London (GB)
- Dawson, J.A. (1983), *Shopping centre development*, Longman, London (GB)
- Deiters, J. (2000), *Budapest und Prag, Stadtentwicklung in der Marktwirtschaft*, Universitätsverlag Rasch, Osnabrück (D)
- DTZ Research (2007), *Retail market update Ukraine - autumn 2007*, DTZ in Ukraine, Kiev (UA)
- EIU (2007), *Economist Intelligence Unit: Market information forecast database*, Economist, London (GB)/New York NY (VS)

Encyclopaedia Britannica (1910-1911), *Encyclopaedia Britannica - Eleventh Edition*, Encyclopaedia Inc., New York (VS)

Evers. D.V.H., A. van Hoorn, F.G. van Oort (2005), *Winkelen in Megaland*, NAI Uitgevers, Rotterdam

Gemeente Kiev (2005), *Investment Memorandum of the City of Kyiv*, Gemeente Kiev, Kiev (UA)

Gradow, G.A. (1971) *Stadt und Lebensweise (Duitse vertaling door Gert Gibbels)*, VEB Verlag für Bauwesen, Berlin (D)

Gutkind, E.A. (1972) *International history of city development - Volume VIII: Urban development in Eastern Europe: Bulgaria, Romania and the USSR*, The Free Press, New York (VS)

Gutnov, A., A. Baburov, G. Djumenton, S. Kharitonova, I. Lezava, S. Sadovskij (1968) *The ideal communist city*, George Braziller, New York (VS)

Hotelling, H. (1929) *Stability in competition*, in: *Economic Journal* 39 nr. 3: 41-57

Huff, D.L. (1964) *A probabilistic analysis of shopping centre trade areas*, in: *Land Economics* 39 nr. 1: 81-90

Institute for Economic Research and Policy Consulting (2007), *Monthly economic monitor Ukraine no.9 (83) September 2007*, Institute for Economic Research and Policy Consulting, Kiev (UA)

Kyivprojekt (2002), *Generalniy Plan Kieva 2020*, Kyivprojekt, Kiev (UA)

Kok, H.J. (2006), *Restructuring retail property markets in Central Europe: impacts on urban space*, in: *Journal of Housing & Built Environment* 22 nr. 1: 107-126

McCann, P. (2001), *Urban and Regional economics*, Oxford university Press, Oxford (GB)

Michalak, W.Z. (2001), *Retail in Poland: an assessment of changing market and foreign investment conditions*, in: *Canadian Journal of Regional Science* XXIV nr. 3: 485-504

Mitchell, S. (2006), *Big-box Swindle - The true cost of mega-retailers and the fight for America's independent businesses*, Beacon Press, Boston MA (VS)

Multi Development Ukraine (2007), *Business Plan 2008-2012*, Multi Development Ukraine, Kiev (UA)

Myrdal, G. (1944) *An American Dilemma: The Negro Problem and Modern Democracy*, Harper and Brothers, New York NY (VS)

Pellenburg, P.H. en F. Sijtsma (2006) *Collegesheets Economische Geografie 06-07*, Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen, Groningen

Reilly, W.J. (1931) *The law of retail gravitation*, Reilly, New York NY (VS)

SSPE Kartografia (2004), *Mista Ukraini - Plan Mista Kyiv 1:27000*, SSPE Kartografia, Kiev (UA)

Sýkora, L. (1994), *Local urban restructuring as a mirror of globalisation processes: Prague in the 1990s*, in: *Urban Studies* 31 nr. 7: 1149-1167

Transparency International (2007), *Report on the Transparency International Global Corruption Barometer 2007*, Transparency International - International Secreteriat, Berlijn (D)

UCMGroup LLC (2007), *Commercial property special edition: guide to Ukrainian real estate market*, UCMGroup LLC, Kiev (UA)

Yekelchik, S. (2007), *Ukraine : birth of a modern nation*, Oxford University Press, New York NY (VS)

Wolters-Noordhoff (1997), *Bosatlas - 51e editie*, Wolters-Noordhoff, Groningen

#### *INTERNET*

Borispol International Airport - [www.airport-borispol.kiev.ua](http://www.airport-borispol.kiev.ua), bezocht op 10 oktober 2007

CIA - The World Factbook - <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>, bezocht op 2 oktober 2007

Duitse Spoorwegen - [www.bahn.de](http://www.bahn.de), bezocht op 11 oktober 2007

International Airport Kiev (Zhulyani) - [www.airport.kiev.ua](http://www.airport.kiev.ua), bezocht op 10 oktober 2007

Kiev History Site - <http://www.oldkyiv.org.ua/data/krest.php?lang=en>, bezocht op 28 december 2007

Kiev Metro - [www.metropoliten.kiev.ua](http://www.metropoliten.kiev.ua), bezocht op 9 oktober 2007

McDonald's Ukraine - [www.mcdonalds.ua](http://www.mcdonalds.ua) - bezocht op 15 november 2007

Staatscomité voor de Oekraïense Statistiek - [http://ukrstat.kmu.gov.ua/statistics/control/en/localfiles/display/index\\_en.html](http://ukrstat.kmu.gov.ua/statistics/control/en/localfiles/display/index_en.html), bezocht op 4 oktober 2007

University of Texas (Perry-Castañeda Collection) - [http://www.lib.utexas.edu/maps/world\\_cities/kiev.jpg](http://www.lib.utexas.edu/maps/world_cities/kiev.jpg), bezicht op 15 november 2007

Wikipedia - [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org), zoekwoorden: "Vladimir", "Kiev", "Ukraine", bezocht tussen 10 oktober 2007 tot 2 november 2007





Figur A1.1 - Overzichtskaart Kiev (Aroetjoenjan, 2005)



## APPENDIX 2

### *Interview 15 Oct, Colliers International - Natalia Kravets*

*Natalia Kravets is Associate Director of the Retail Department at Colliers International, a company that is specialised in Real Estate Consultancy*

#### *How do you value Kiev's current economic development?*

Despite the political instability of the last few years, we have experienced big growth. The average income almost doubled in Kiev in the last few years. There is a huge demand for retail premises to accommodate the increased spending of richer customers. At present Kiev is a 'Landlord's market', where demand greatly surpasses what is on offer. On the AT Kearney Index of Retail Market Attractiveness, Ukraine ranked fourth in 2006.

#### *How do you explain the tremendous rise in prices of real estate and housing over the last few years?*

The market is currently overheated. There is a lack of premises in almost every area of the market and when people want to have living space they often need the help of their parents. Other constructions are sharing the lease with three or four persons, or renting one room in an apartment. The market will start cooling down in two or three years, and prices will stabilise. For example the construction of a number of hotels will help to ease the availability of up-market hotelrooms.

#### *What kind of retail landscape are we looking at in 5 years time? What division between different retail concepts will exist?*

In two to four years most of the international companies that are starting to develop activities in Ukraine will have their malls developed. That will help to further saturate the market and normalise it. Street retail will further develop. Kreshatik is too small for all the retailers that want to open shops there, so there will be a spill-over to surrounding streets, such as Krasnoarmeyskaja. The rents will have probably stabilised. Furthermore, some of the shopping centres that have already been developed, will be rebranded or specialised in for example furniture.

#### *What do you think the future of the traditional markets will be?*

For example on the Left Bank of Kiev, two very big malls (GLA > 100.000 m<sup>2</sup>) are planned. They will attract customers for their weekly shopping. But there are also a lot of small district centres (GLA > 20.000 m<sup>2</sup>) planned for the area. Now a lot of these centres will have shops in them that can compete with prices at traditional markets, for example prices for clothing. That is why I think in the future the shares are 75% of shopping in malls and professional shopping centres, 25% of shopping at traditional (open-air) markets. A lot of them will disappear, for example Petrovka, where multiple new retail projects are being developed, and which is too expensive to be able to compete with new, fresh centres.

#### *How do you define the popularity of a shopping centre in your research?*

For existing centres we have a few important indicators. The first one is customer flow. > 20.000 = Popular. Then there are the opinions of retailers, with whom we stay in close touch. They can compare the popularity of their outlets. We have shopping 'tourists', who go and visit centres and check visually how many people

are there, how full the parking is et cetera. Another very important factor is the turnover per square meter.

For pipeline projects, we use four indicators, to define its probable popularity. The first and most important one is the location, then there is the concept, the architectural quality and planning of the centre and the site. The third one is the availability of transportation and the visual approach, and the last one is the tenant mix. After the centre has opened, mall management is very important, to keep the centre alive and up-to-date.

*What kind of role does the local government play in facilitating growth or economic and spatial development? Is it supportive or a drawback?*

The role of the local government is completely inferior to the national government. The colour of the political party in charge and the thriving corruption make the development of projects very unstable. A good example is the Troyetski Project, near the Olympic Stadium. At first everything was in order, partly due to the bribing of influential people, but after the government changed the project was halted, due to problems with escape routes. A research was carried out to compare the escape routes of the Olympic Stadium in Kiev and the Stade de France in Paris, and it turned out that the routes in France were more difficult to use, whilst that stadium is in perfect working order. It is this kind of instability that makes projects very difficult to carry out. It is also due to underdeveloped laws - we are a young democracy - and the corruption.

Also zoning exists, but if you want it changed and you play completely by the rules, it will take you many years. So if you want the destination of a land plot changed, you are almost forced to do it illegally.

*When do you think the city is going to clamp down on the way things are built here? In the Netherlands we have 'welstand', which checks the aesthetic qualities of buildings. Do you think a department like that is needed in Kiev as well?*

A department like that exists in Kiev, and is called the Architectural Council. They check plans for their building quality and if it fits in the surroundings. However, the margins are quite large and exceptions exist. Globus, for example, forced the change and removal of a lot of fountains on the central square. The architect of the project was also a member of this council, so the system is flawed.

*What kind of impact do you think the current traffic situation has on the city? How important do you consider the metro, or public transport in general, to be for the value of real estate?*

The availability of metro is very important for retail projects. It defines 50% of the success of malls. You see the effects in Moscow - prices of real estate around metro stations are much higher, and the same goes for Kiev. The traffic is so difficult that a lot of developers will turn to the edges of town to develop green-field locations and out-of-town malls.

## APPENDIX 3

### *Interview 16 Nov, Fozzy Supermarkets - Dhr. M. Goris*

*Dhr. M. Goris is sinds 1 januari 2007 logistiek directeur bij de Fozzy Groep, het grootste supermarktbedrijf van Oekraïne, onder meer bekend van Silpo en Fora Gastronom en met ongeveer 250 filialen marktleider*

#### **Waarom zit u bij dit bedrijf en wat is uw exacte functie?**

Ik ben verantwoordelijk voor de distributie in dit bedrijf. Op dit moment is het zo dat de aanlevering van supermarkten gebeurt door leveranciers die allemaal hun producten komen brengen met kleine vrachtwagens. Dat moet in de toekomst via distributiecentra gaan. Mijn verantwoordelijkheid omvat onder meer de constructie van die distributiecentra.

#### **Wat is het grootste verschil tussen werken in Nederland en werken in Oekraïne?**

Wat is er niet anders... De hele infrastructuur is minder. Daarmee bedoel ik niet alleen wegen, maar ook de wetgeving is van slechte kwaliteit, communicatie is moeilijker, het opleidingsniveau is minder. Als je in Nederland van de universiteit komt, heb je een bepaald basisniveau, dat is hier allerm minst zeker. Ook is er een gebrek aan know-how rond het efficiënt runnen van een detailhandelsbedrijf.

#### **Hoe waardeert u de economische groei van Oekraïne de afgelopen jaren? Welke kant denkt u dat het op gaat met dit land?**

Oekraïne op dit moment valt te vergelijken met Polen en Tsjechië 10 á 12 jaar geleden. Verschil is echter dat die landen op Frankrijk en natuurlijk Duitsland georiënteerd zijn, terwijl Oekraïne veel meer naar Rusland kijkt. Maar Oekraïne heeft ontzettend veel potentieel, er zijn grote ijzervoorraden, er is olie en gas, en het heeft ontzettend veel agrarisch potentieel, door de vruchtbare 'zwarte aarde'. Het is bijvoorbeeld wereldwijd de grootste producent van zonnebloempitten.

Toetreding tot de EU gaat nog lang duren, maar over een jaar of 10-15 zal men waarschijnlijk wel voor toetreding in aanmerking komen. Rusland heeft daarover niks te zeggen.

#### **Waar verwacht u dat de Fozzy Group over 5 jaar staat?**

De Fozzy Group zal vermoedelijk marktleider blijven, ondersteund door onze snelle groei. Er vindt veel consolidatie plaats in de markt; kleine bedrijven bieden zich aan bij ons om overgenomen te worden, omdat ze merken dat ze het anders niet redden. Buitenlandse overnames kunnen plaatsvinden, maar Westerse bedrijven richten zich met name op hypermarkten, terwijl wij veel meer met supermarkten (Silpo) en buurtwinkels (Fora) bezig zijn.

#### **Wat zijn op dit moment uw grootste concurrenten, en wie verwacht u dat dat over 5 jaar zijn?**

Op dit moment zijn er talloze winkels en ketens die allemaal concurrenten zijn. Ook als er een hypermarkt in de buurt opent is dat concurrentie. Op het gebied van groente en fruit zijn ook de open markten competitief. Er zal de komende jaren nog veel consolidatie plaatsvinden, maar dat gaat ook nog heel lang duren. Er zijn

op dit moment namelijk nog talloze bedrijven die een paar winkels in een stad hebben en het daarmee prima doen.

**Hoe is de huidige marktverdeling tot stand gekomen? Klopt het dat er op dit moment niet echt sprake is van concurrentie?**

Het is min of meer natuurlijk zo gegroeid. 15 Jaar geleden was hier niks, er waren geen bedrijven. Nu is er in razend tempo een groot aantal supermarkten ontstaan. Van concurrentie, zoals we die in Nederland kennen is hier echter geen sprake. Dat de prijzen zo hoog zijn komt echter niet alleen door hogere marges, maar ook doordat bedrijven op dit moment nog behoorlijk inefficiënt werken. Ze hebben veel te veel personeel in dienst, en ook de distributie kan veel beter.

**Is het zo dat het gros van de klanten te voet naar de supermarkt komt en klopt het dat supermarkten in Oekraïne over een hoge 'spatial monopoly power' beschikken, hoger dan in West-Europa?**

Dat klopt. Er is relatief weinig autobezit, en dat kan nog lastig worden voor de grote westerse bedrijven, die daar toch op mikken. Er worden al noodoplossingen gezocht door busjes te laten rijden om ook mensen die van het openbaar vervoer gebruikmaken bij de nieuwe winkels te kunnen laten komen, maar het zal moeilijk worden om iedereen met de auto naar de nieuwe winkels te trekken. Wat dat betreft hebben supermarkten redelijk goed afgebakende marktgebieden.

**Waarom wachten westerse bedrijven zolang met het betreden van deze markt?**

Er is behoorlijke politieke onzekerheid. De vlam kan nog steeds in de pan slaan. Westerse bedrijven willen best concurreren, als ze de spelregels maar kennen. Wetgeving hier is nog steeds van bijzonder matige kwaliteit - er zijn allerlei projecten vanuit de EU om Oekraïne te helpen daarmee - en op dit moment nog Multi-interpretabel. Dat creëert rechtsonzekerheid, net als de nog steeds zeer grote corruptie. Daarnaast is het heel moeilijk om land te krijgen, die markt is ondoorzichtig. Het interessante is dat lokale bedrijven een grote kennisvoorsprong hebben met betrekking tot deze markt. Ze weten wat er gebeurt en wie waarvoor verantwoordelijk is. Westerse bedrijven hebben qua kennis van de lokale markt een achterstand, maar weten weer veel beter hoe je efficiënt en goed detailhandel moet bedrijven. Daarom nemen Oekraïense bedrijven op dit moment ook mensen uit het westen in dienst, om die kennis zelf ook in huis te halen en zich zo voor te bereiden op de toekomst.

**Hoe is de samenwerking met de overheid?**

Zelf doe ik daar niks mee. Zogauw er contacten nodig zijn doen lokale werknemers dat, die de taal spreken en contracten begrijpen. Dingen gaan soms heel problematisch. Maar in het algemeen kun je zeggen dat wij als bedrijf geen maatschappelijke doelstellingen hebben. We bouwen winkels, zorgen dat die er normaal uitzien en dat is het. We zijn geen ontwikkelaar die ook nog geld steekt in openbare ruimte. De overheid heeft ook officieel wel allerlei regelgeving, maar die staat of valt met de mate waarin die wordt afgedwongen. In de praktijk kan met geld heel veel omzeild worden.

**Hoe denkt u dat over 5 jaar de verdeling tussen de verschillende vormen van retail zal zijn? Wat zal er bijvoorbeeld gebeuren met traditionele markten?**

De verschillen tussen stad en platteland zijn wat dat betreft heel groot. Op het platteland zal er niet zoveel veranderen, maar in de stad zullen dezelfde argumenten gelden als waarom we in Nederland zijn overgestapt naar supermarkten waar je in een keer alles kunt krijgen aan dagelijkse benodigdheden. Mensen hebben weinig tijd en veel haast, en willen dus niet vijf markten aflopen. Daarnaast willen mensen constante kwaliteit en niet belazerd worden. Supermarkten kunnen dat leveren en zullen dus in steden steeds meer marktaandeel winnen, onder meer ten koste van de traditionele markten.

**Waarom zijn er zoveel supermarkten uit het centrum van de stad verdwenen?**

Dat kan door allerlei dingen komen. Er is weinig bescherming voor huurders, dus de eigenaar van het pand kan het zomaar verkocht hebben aan speculanten. Er kan mismanagement hebben plaatsgevonden, waardoor de zaak failliet is gegaan. Dat is in feite zonde, want er is in het centrum veel potentieel. Als je op de plek van de voormalige Centrale Supermarkt een goed uitgeruste supermarkt kan vestigen, is dat een goudmijn. Iedereen gaat nu naar de Fursjet Gurman onderin Mandarin Plaza, maar zo'n fantastische supermarkt is dat niet. Je kunt er dure wijn krijgen, maar dat verkopen is geen kunst.

## APPENDIX 4

### Interview 27 November, Alexander Drapikovskiy

*Alexander Drapikovskiy is a teacher of City Planning at the Faculty of Geography of the University of Kiev. He also is managing director of the Kiev-based Centre of Urban Land Use Management and Economics*

Could you give me a description of the way Kiev and shopping in Kiev have developed over time?

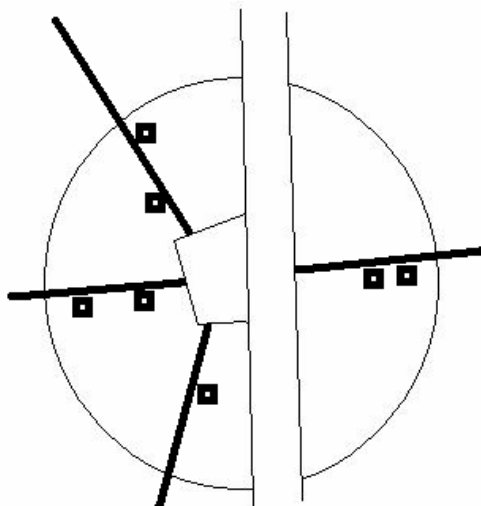
#### *Before 1917*

Retail was done in covered markets, such as Bessarabskiy, Pecherska and the Jewish market. These were located on strategic points in the middle of neighbourhoods. From 1870 onwards, Kreschatyk and Krasnoarmeyskaja were the main shopping streets of Kiev, together with the street running from Kontraktovaja to Poshtovaja Plosjadj, in the old district of Podol, the low part of Kiev.

#### *1917-1940*

With the introduction of communism to Kiev, heavy industrialisation started. Kiev was never industrial, much more a city of trading and banking, and the production of sugar and wheat. New industrial districts were planned everywhere, with connected residential areas. These areas had very few shops, and only for basic needs. Around 1937, the TsUM was constructed in Kiev.

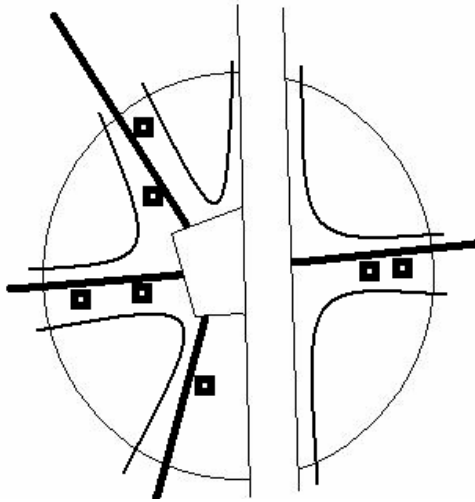
Development happened mainly along the big roads out of the city, scattered in space around the old city. In a scheme it looked like this:



#### *1945-1960*

Further intensification of the city commenced. The building of Mikrorayons started, to fill up the space between all the industrial city blocks, and the former villages around Kiev:





More big department stores were built: Detskiy Mir on the Left Bank and the Ukraina Univermag near the central city. The Left Bank was primarily a sleeping district, where residential and industrial areas were located, but almost no social-cultural services.

#### *1960s*

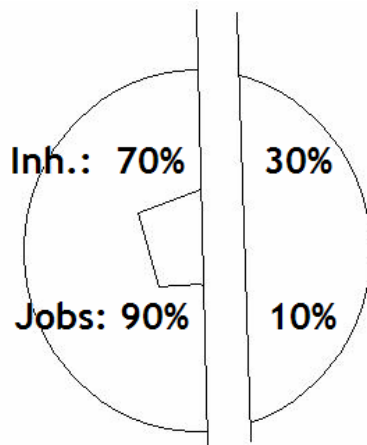
In the 1960s, a strict hierarchical system was invented, based on city planning principles:

1. Micro (mikroraiion)  
Bread, milk, vegetables
2. Neighbourhood (zheloy massiv)  
Shops for once every two weeks to once a month. Gastronom (supermarket), providing fruit, domestic appliances, some clothing
3. District (raion)  
Central markets, specialised shops, for example in furniture
4. City (gorod)  
TsUM (GUM), Detskiy Mir, Ukraina Mall

This system was connected with the start of the development of shopping centres in the middle of neighbourhoods, instead of on first floors of residential buildings.

City planning was based on the building of complete city blocks: a factory (or industrial zone), residential areas and connected services. The amount of services provided was based on the amount of money left after the factory and connected residential areas had been constructed. In principle 6% of the budget for the whole city block was reserved for services, but in practice it often turned out that what was left was used for services, which often amounted to much less than 6%. Of this money, all cultural, social and retail services had to be paid.

From the 1960s onwards, the city kept being enlarged and intensified. Around 1980, the division of inhabitants and work was like this:



### *1986-1996*

In the 1986 General Plan of Kiev, new major industrial zones were proposed for the areas of Troieschyna (Northeast) and Osokorky (Southeast). The collapse of the Soviet Union and the following crisis in the beginning of the 1990s led to nothing being built, apart from one factory for laser equipment near Troieschyna, where the National Bank of Ukraine now has its monetary depot.

Regarding retail, there were 3 periods. First kiosks appeared everywhere on streets and in underground street crossings. Then some big bazaars sprung up, with the first major one around the Respublikanskiy Stadion. The third phenomenon was the reconstruction of first-floor apartments into shops. Everywhere around town, small shops were opened on the first floors of residential buildings. Most of the shopping centres of the 2<sup>nd</sup> and 3<sup>rd</sup> categories were empty.

### *1996 onwards*

Around 1996, Billa from Austria was a pioneer from the west, that opened its first store in the southeast of Kiev. Western-style retailers, mainly from Ukraine itself, started to fill the formerly empty second and third category shopping space, and other locations that were strategically located on crossings of big roads out of the city (Magistry). Shopping malls were created in former 2<sup>nd</sup> and 3<sup>rd</sup> category centres, and also in some of the empty factories, that were abandoned in the crisis period. A good example of that can be found at and in the region of the market of Petrovka, a strategic location between the big residential areas of Mostitskiy and Troieschyna. In this region a lot of new retail has sprung up, for example Karavan and Promenada. Later on metro stations became main focus points.

I am currently focusing on two specific parts of the city, that I think are each other's counterparts: Khreschatyk, very expensive and Troieschyna, very cheap. Could you give me more information on how the market at Troieschyna came into existence and what you think is its future? What in general will happen to the open markets in Kiev?

The market of Troieschyna, but also those of Petrovka and Yunost, came into existence illegally, after the collapse of the Soviet Union, to provide for cheap consumer goods. These markets were very popular from the beginning, and although there were created illegally, the government decided to legalise them at

the end of the nineties. Now these markets operate under the following construction: the government leases the land to the administration of the market, that collects rents from the tenants there. The land is therefore still government-owned. Specific for Troieschyna was that the government also more or less wanted the market to be located there, because the big residential area of Troieschyna had almost now jobs, causing a lot of mobility and people having to commute to the right bank for work everyday. Now a lot of tenants are Chinese, that are able to gather great quantities of cheap clothing, shoes and domestic articles and sell it at cheap prices. In the beginning, most of the tenants were Ukrainians, and people from Poland even came here to buy cheap stuff. Now most Ukrainians have moved on to better jobs, and therefore their places have been taken by Chinese.

But the phenomenon of illegal markets coming into existence after the collapse of the Soviet Union is not typical of Ukraine, it happened in Russia, Poland, most of the countries where the retail system had to be overhauled completely. I think that within 10 years these markets will be closed. This already happened at the Vladimirskiy market, where rising land prices forced the market to close. Now a shopping centre is operating there.

**After 1991, how did the government facilitate the growth of new retail and development in general, what was the legal framework?**

In 1992, the government issued a law on property rights. Before 1991, only the state could own land, but now 3 different categories were created: private, collective and state land. Private land could only be owned by citizens, collective land was only meant for agricultural purposes and state land remained with the government. Two presidential decrees were the basis of the modern system:

- 1995: A decree on privatisation and lease, creating the possibility to buy land for retail and services;
- 1999: A decree on the sale of land, except land for agricultural purposes
- 2001: The decrees of 1995 and 1999 are put in the Land Code

Now, presidential decrees are not law, they are not stable enough for foreign investors to build upon, for example. Therefore, from 2001 onwards, when the decrees were turned into law by the parliament, shopping centres were really possible.

The procedure to get something built is as follows:

- Step 1: Get the right on the land (either a lease or ownership)
- Step 2: Get the necessary documents (the right zoning, etc.)
- Step 3: Get the building permit based upon a development plan
- Step 4: The master plan for the building has to be signed
- Step 5: Construction
- Step 6: After completion, the building is checked to see if it was constructed in accordance with the master plan and design

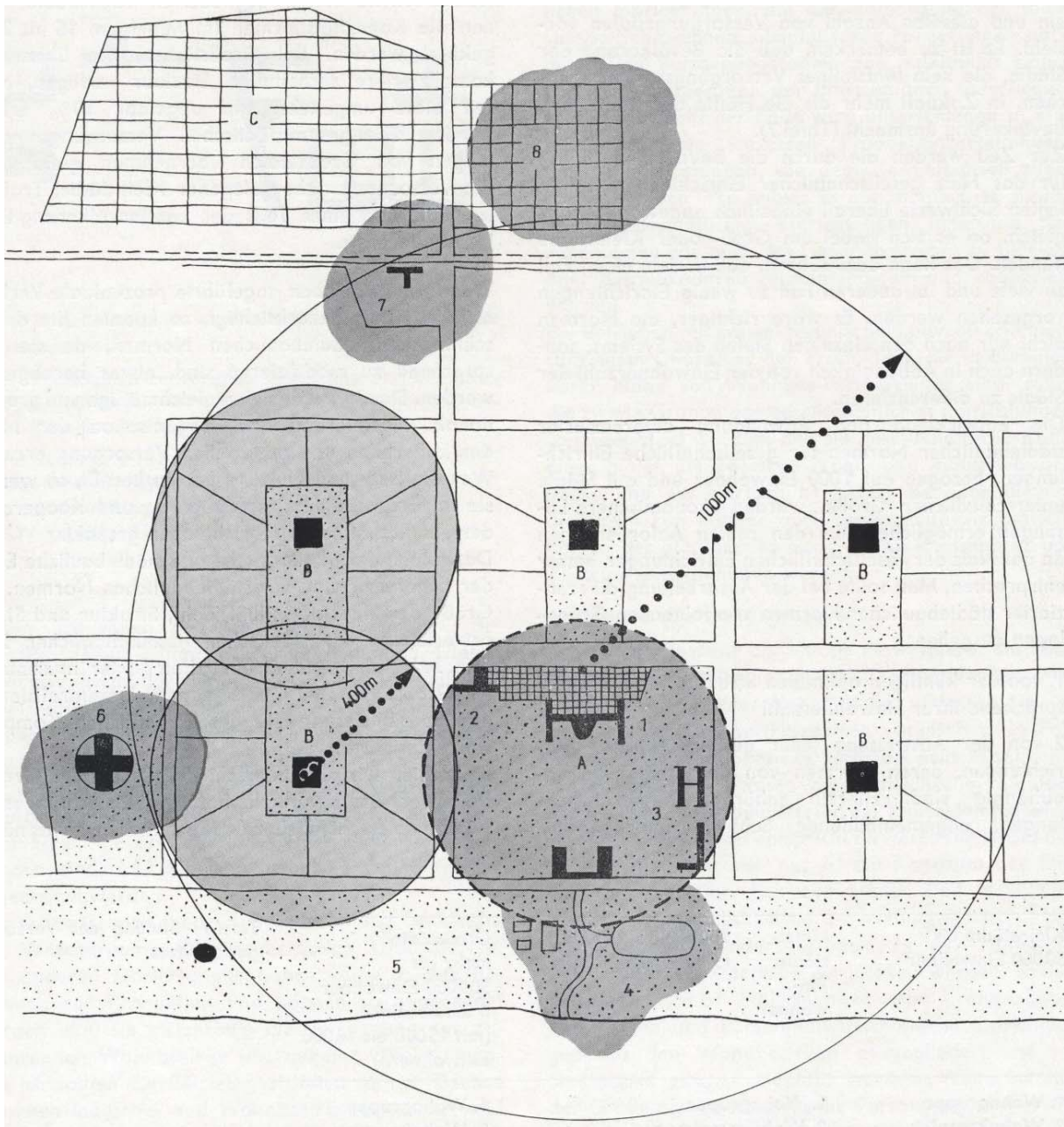
Now, this is how it officially works, but with the right connections and a lot of money, the first 4 steps go a lot quicker than normally. But big scandals have so far not really occurred, people stick to this system rather well.

### **What can we expect to happen in Kiev in the coming years?**

Since 1936, General Plans have been drawn up for the city every so many years. These give an outline of what is supposed to happen in the city in the coming years. Now we have the General Plan 2020. I have to stress that they give the supposed development, not reality. In this plan I see forecasts that were already in the General Plan of 1986. But the biggest expansions will probably happen, which are a large expansion of the southeastern parts of the city, south of Osokorky and Pozniaky. Large new residential areas and a big new industrial zone will be constructed there. About the same is going to happen in the southwest. There are still some problems there, because the city is expanding beyond its own borders there, and the neighbouring Kiev Oblast is not really willing to facilitate all this growth of the city. But in fact they have already been flooded with developments.

In the neighbouring towns of Vishneve and Brovary big supermarkets have already been constructed, and along the road to Borispol a Fozzy Hypermarket will be constructed, so quite a lot is happening just outside of Kiev as well.

## APPENDIX 5



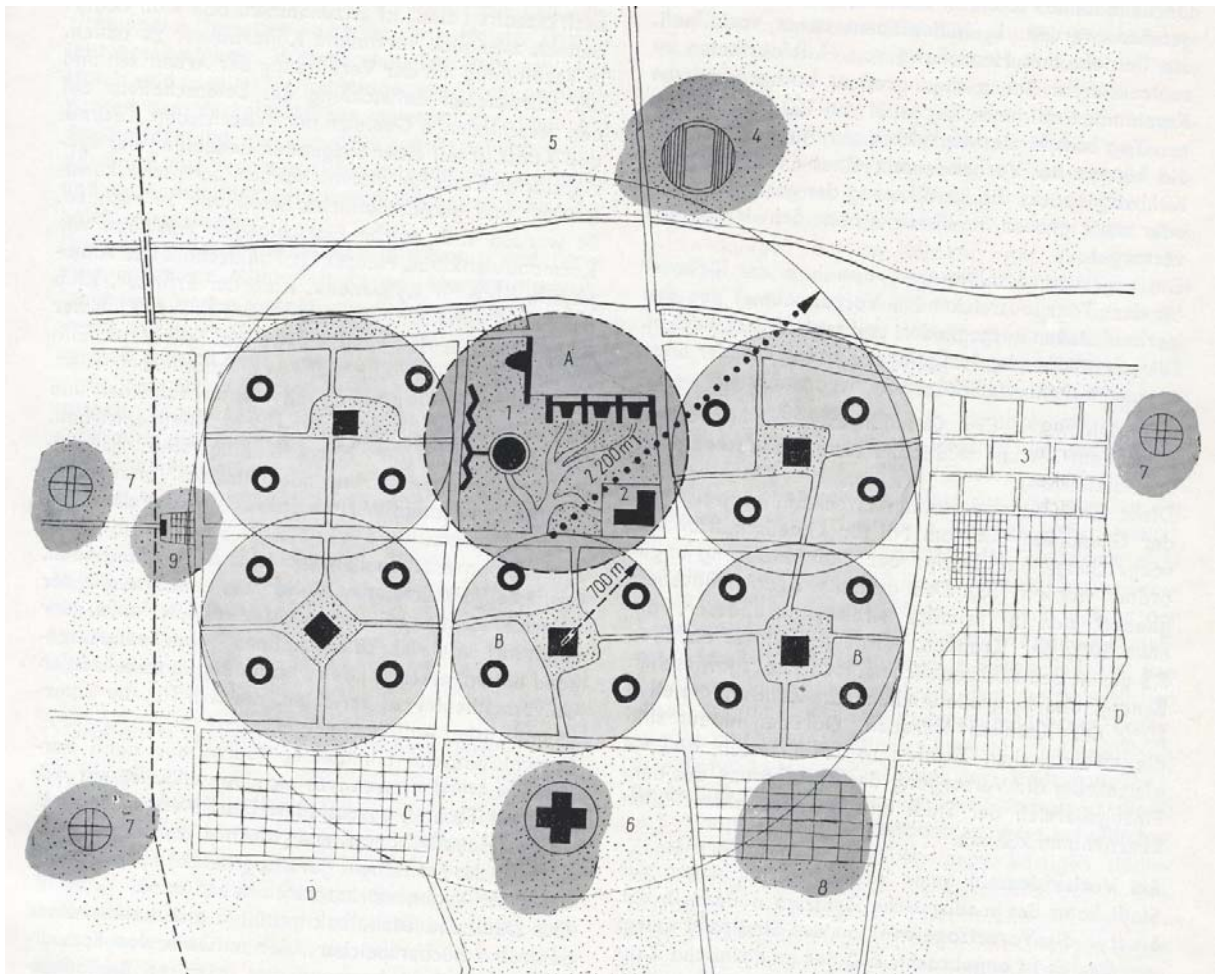
*Figuur A6.1 - Basisschema voor opbouw van een kleine stad (50.000 inwoners)*

A Stadscentrum: 1 Cultuur- en administratiecentrum; 2 Handelscentrum; 3  
Onderwijsvoorzieningen; 4 Sportcomplex; 5 Stadspark; 6 Ziekenhuis met  
polikliniek; 7 Trein- en busstation; 8 Lokaaleconomisch complex

B Woongebouwen

C Fabrieken





*Figuur A6.2 - Basisschema voor de opbouw van een middelgrote stad (200.000 inwoners)*

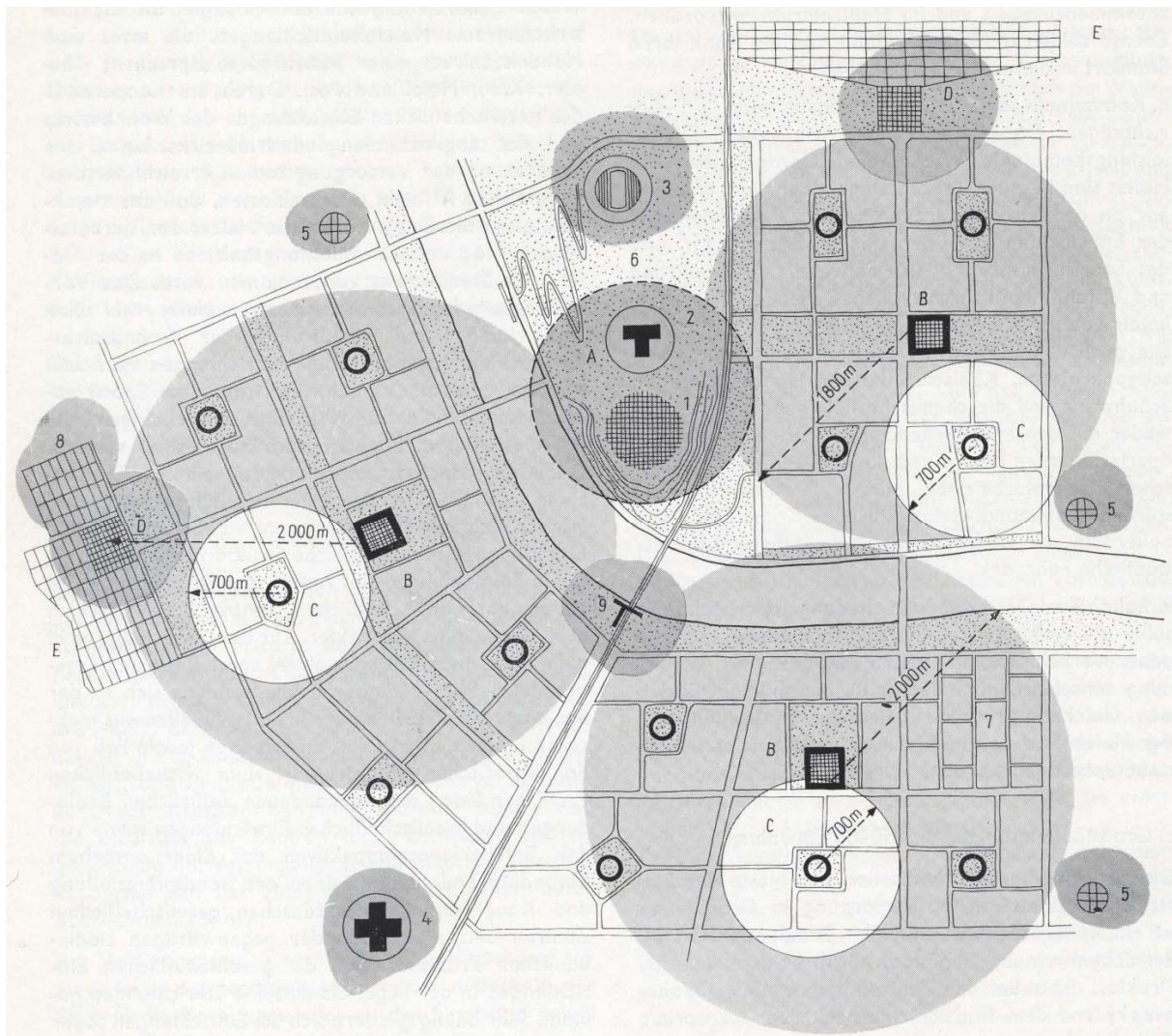
A Stadscentrum: 1 Cultuur- en administratief centrum; 2 Handelscentrum; 3 Onderwijs- en onderzoekscentrum; 4 Sportcentrum; 5 Stadspark; 6 Medisch centrum; 7 Stedelijke ziekenhuizen met speciale voorzieningen; 8 Lokaaleconomisch complex; 9 Bus- en treinstation

B Woongebied

C Bedrijvencentrum

D Fabrieken





*Figuur A6.3 - Basisschema voor de opbouw van een stad (500.000 tot 600.000 inwoners)*

A Stadscentrum: 1 Cultuur- en administratief centrum; 2 Handelscentrum; 3 Sportcentrum; 4 Medisch centrum; 5 Specialistisch ziekenhuis; 6 Stadspark; 7 Onderwijs- en onderzoekscentrum; Lokaaleconomisch complex; 9 Centraal station

B Wijkcentrum: Administratief gebouw (inclusief postkantoor, banken); bioscoop- en concertzaal, buurthuis, handelscentrum, hogeschool, gemeentelijk ziekenhuis met polikliniek, stadion

C Woongebiedscentrum

D Industriegebiedscentrum

E Fabrieken