



DE TOEKOMST VAN HET winkelcentrum

'Het is een spookstad', zei een bezoeker van winkelcentrum Heksenwiel in Breda eind vorig jaar tegen een verslaggever van Omroep Brabant. 'Er zit hier helemaal niks meer.' Een van de vele winkels die er de deuren had gesloten was boekhandel Van Kemenade & Hollaers, die in 2015 bekendmaakte zich te gaan concentreren op zijn vestiging aan de Ginnekenweg. Ook uit andere winkelcentra vertrokken er afgelopen jaren boekhandels. Manschot redde het niet in Cityplaza Nieuwegein, de Algemene Boekhandel stootte zijn filiaal af in het Amersfoortse Emiclaer, Sjofar verhuisde van Hoog Catharijne naar Achter Clarenburg net buiten het winkelcentrum, Bruna trok zich terug uit winkelcentrum Leidsenhage nog voor de start van de ambitieuze verbouwing tot Mall of the Netherlands. Nederland heeft 329 winkelgebieden met meer dan 100 verkooppunten, berekende Locatus in zijn jaarlijkse rapport over winkelleegstand afgelopen januari. Met name in de centra van de middelgrote steden loopt de leegstand volgens het onderzoeksbureau op. In dit type winkelgebied is het aantal leegstaande winkelpanden in 2016 gestegen naar 12,3 procent.

Als gevolg van de sluiting van de 62 V&D-filialen kwam er halverwege 2016 in één keer 350.000 vierkante meter aan winkelleegstand bij, een stijging van 7,7 naar 8,4 procent in winkelmeters. Begin 2017 was de leegstand – met 7,8 procent – weer vrijwel terug op het niveau van een jaar eerder, omdat er voor veel voormalige V&D-panden een tijdelijke of definitieve oplossing was gevonden. Maar zover is het nog niet voor de Blokkers en Marskramer-winkels die de Blokkerholding van plan is te sluiten omdat ze niet rendabel zijn. Vastgoedadviseur Colliers International voorspelde vorige maand in een analyse dat 140 Blokker-winkels worden afgestoten, waarbij voor vijftig winkels waarschijnlijk snel een nieuwe huurder gevonden wordt. Voor de overige negentig zijn de vooruitzichten minder hoopgevend.

Dodenspiraal

Met pop-up stores, meer horeca en entertainment in en rond de winkelcentra proberen verhuurders en gemeenten leegstand te bestrijden én consumenten te verleiden hun inkopen weer te doen in de lokale, fysieke winkel in plaats van online. Een illusie, betoogde retailplanoog Reinder Koornstra onlangs in zijn

artikel 'Stadshart in dodenspiraal?'. Klanten laten steeds vaker hun eigen winkelhart in de steek om zich te laven aan het aantrekkelijker aanbod in de grote steden of online aan te schaffen. Dat was al zo in de kleinere dorpen, maar het geldt nu ook voor de middelgrote steden. Die focus van klanten op de grote steden leidt er ook toe dat grote winkelketens zich daar concentreren, stelt Koornstra. Locatus' meest recente Top 100 van winkelgebieden – een toplijst van winkelgebieden met de minste panden met hoog risico – lijkt die trend te bevestigen. De Amsterdamse winkelgebieden hebben daarin de overhand, terwijl in de lijst geen enkel winkelgebied uit de provincie Overijssel voorkomt. In de top 10 staan maar liefst zes Amsterdamse winkelgebieden, met op de eerste plaats Gelderlandplein, op twee Overtoom, op vier Linnaeusstraat en op vijf Hoofddorpplein-Zeilstraat. In de lijst staan weliswaar ook centra van kleinere plaatsen met relatief weinig risicovolle panden, zoals Bergen-Centrum, Den Burg en Volendam, maar daar zorgt het toerisme voor een solide basis. De toenemende polarisatie is terug te zien in de ontwikkeling van de huurprijzen: de 'premium city high street' met



Winkelcentrum Heksenwiel in Breda



Winkelcentrum Emiclaer in Amersfoort

Winkelcentra in middelgrote steden buiten de Randstad hebben het moeilijk. Consumenten shoppen steeds vaker online, toonaangevende ketens richten zich op de grote steden, met leegstand als gevolg. Is er nog toekomst voor het winkelcentrum?

Tekst Sabine Kok

goede bezettingsgraden en stijgende huren versus de rest met dalende huurinkomsten en steeds grotere leegstand. En dat is slecht nieuws voor de markt als geheel, want lege panden leveren geen huur op en overaanbod van winkelruimte drukt op de waarde van alle panden.

Toekomstscenario's

Is er nog toekomst voor de winkelcentra in de kleine en middelgrote steden buiten de Randstad? Scenario's als die van Koornstra met zijn 'dodenspiraal' wekken de indruk van niet. Maar niet iedereen denkt er zo over. Hans van Tellingen, directeur van winkelcentrumonderzoeker Strabo bv, bracht vorig jaar het boek uit *#WatNouEindeVanWinkels; Over de zonnige toekomst van winkels, winkelcentra en winkelgebieden*. Hij voorspelt daarin juist een bloeiperiode. 'Netto verdwijnen er geen winkels (of in ieder geval maar een zeer beperkt percentage)', zegt Van Tellingen daarin, maar: 'Wat eraf gaat op slechte plekken, komt er op goede plekken weer bij. Winkels vormen het anker van de binnenstad. Winkels vormen het fundament van de economie. Winkels: we kunnen niet zonder! *The end of retail is heavily overrated.*' In zijn boek keek Van Tellingen vooral

naar de periode 2013-2016. De conclusies gaan nog steeds op, stelt hij. 'Alleen fysieke winkels slagen erin om mensen te verleiden méér te kopen dan het product waarvoor ze eigenlijk kwamen. Webwinkels doen pogingen met suggesties als "klanten kochten ook", maar slagen daar slecht in. Het blijft bij dat ene product en dus een korte kassabon. Terwijl je in de fysieke winkel vaak met meer naar huis gaat dan je van plan was.' Er zijn ook in kleine en middelgrote steden nog steeds winkelgebieden en -centra die het uitstekend doen, benadrukt Van Tellingen. Gelderlandplein Amsterdam, Stadshart Amstelveen, Alexandrium Rotterdam, Kronenburg Arnhem, Cityplaza Nieuwegein en Stadshart Zoetermeer bijvoorbeeld. 'Zolang branchering, aanbod en uitstraling maar matchen met de doelgroep zijn de mogelijkheden voor dit soort centra legio. Ook gratis parkeren is een belangrijke factor. *No parking, no business.* Als er ergens betaald parkeren wordt ingevoerd, terwijl dat vroeger gratis was, zie je dat ten koste gaan van het aantal bezoekers en de winkelomzet. Die dalen beide met gemiddeld 30 procent, genoeg om veel winkeliers failliet te laten gaan. Wordt

parkeren daarna weer gratis, dan zie je dat een deel van de klanten, 15 tot 20 procent, weer terugkomt.'

Regionale winkelgebieden en stadsdeelcentra met één dominante eigenaar zijn vaak de pareltjes in de winkelportefeuilles, zegt Van Tellingen. Stadshart Amstelveen bijvoorbeeld, waar boekhandel Venstra is gevestigd of Gelderlandplein, met boekhandel Timp. Natuurlijk zijn er ook plekken waar het niet goed gaat, onderkent hij, maar dat geldt vooral voor winkelcentra en winkelgebieden in de periferie van het land, waar er sprake is van krimp en vergrijzing. Of centra met een veelvoud aan eigenaren zonder duidelijke strategie en positionering.

Eigenaren

De dominante eigenaren, waar Van Tellingen over spreekt, kunnen institutionele of private beleggers zijn. Tot de eerste categorie behoren beursgenoteerde vastgoedfondsen als Unibail-Rodamco, eigenaar van onder meer Stadshart Amstelveen, Stadshart Zoetermeer en winkelcentrum Leidsenhage. Unibail investeert in heel Europa miljarden in haar winkelcentra om zo veel mogelijk bezoekers te trekken. In Leidschen-



Gelderlandplein in Amsterdam



Ontwerp voor de Mall of the Netherlands in winkelcentrum Leidsenhage

‘WAT ERAFGAAT OP SLECHTE PLEKKEN KOMT ER OP GOEDE PLEKKEN WEER BIJ’



dam-Voorburg neemt het Leidsenhage volledig op de schop om het te transformeren tot het grootste winkelcentrum van Nederland, Mall of The Netherlands, met een totaal winkelloppervlak dat toeneemt van 75.500 naar 116.000 vierkante meter. Het Frans-Nederlandse vastgoedbedrijf zet in op beleving, service en hoge kwaliteit, met behalve nieuwe winkelpanden – nu 180, straks 230 – een grote bioscoop en veel horeca. Ook Vastned is een beursgenoteerd vastgoedfonds. Het verkocht eind vorig jaar zijn winkels aan het Buikslotermeerplein, samen met winkelcentrum Overvecht in Utrecht en acht winkels in Den Haag. Het bedrijf hield zijn panden in onder meer de Amsterdamse Leidsestraat en de P.C. Hoofstraat. Marktleider in het middensegment – de ‘A-locaties in B-steden’ – is Wereldhave, dat in 2015 negen Nederlandse winkelcentra kocht van het door het Franse Klépierre opgekochte vastgoedbedrijf Corio. Wereldhave heeft nu zestien Nederlandse winkelcentra in handen, waaronder Vier Meren in Hoofddorp, De Koperwiek in Capelle aan de IJssel, Sterrenburg in Dordrecht en Emiclaer in Amersfoort. Een voorbeeld van een succesvolle

private investeerder is de Kroonenberg Groep, eigenaar van onder meer Gelderlandplein en winkelcentrum Osdorp in Amsterdam en De Barones in Breda. Ten slotte zijn er de zogenoemde ‘pandjesbazen’, met kleinere portefeuilles en vaak zonder dominante strategie.

Samenwerking

Eigenaar van de pas geopende Riemerboekhandel in Emiclaer Theo Aerts kreeg afgelopen jaar voor het eerst te maken met Wereldhave, dat het Amersfoortse winkelcentrum in 2015 kocht. Hij is positief over de nieuwe eigenaar. ‘Er is weinig leegstand en het winkelaanbod is divers. Geen drie kappers of vier kledingzaken naast elkaar – de mix is goed. Wat ik nog wel mis is wat leven in de brouwerij. Er is niets te doen voor kinderen, er zijn weinig terrasjes – het is er niet echt gezellig. De gemeente Amersfoort stond onder curatele van de provincie Utrecht en had weinig te besteden. Daardoor is er jaren nauwelijks geïnvesteerd. Je ziet dat langzaam veranderen, maar er is nog veel te winnen.’ Aerts hoopt in de winkeliersvereniging medestanders te vinden om het tij te keren. Onder andere door meer in te

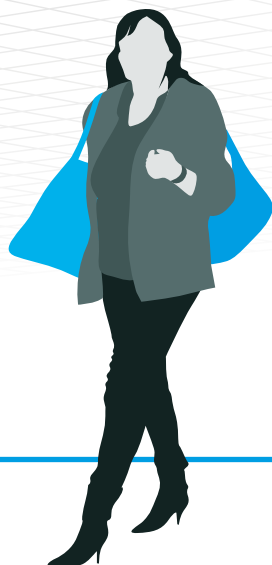
zetten op beleving. Hij is niet de enige. In veel toekomstplannen van gemeenten en eigenaren voor winkelgebieden en stadscentra spelen ‘inspiratie’ en ‘beleving’ een hoofdrol. Maar Hans van Tellingen plaatst daar kanttekeningen bij. ‘Beleving wordt vaak als *one solution fits all* neergezet, terwijl je pas moet investeren als de basis van het winkelgebied in orde is. Bereikbaarheid, schone toiletten, passende horeca, omvang en kwaliteit van het winkelaanbod. Het gros van de consumenten komt uiteindelijk toch voor de grote merken en ketens. En service, service, service – uiteindelijk de ultieme beleving. Verwen die klant, geef hem goed en deskundig advies, maak hem blij. Pas dan kunnen belevingselementen als evenementen of sfeerverlichting toegevoegde waarde bieden.’ Voor de franchisers van boekhandelsketen Bruna, dat veel winkels in winkelcentra heeft, is medeverantwoordelijkheid voor de omgeving van de winkel essentieel zegt Ronald Haasert, die als COO verantwoordelijk is voor het vestigingsbeleid van de Bruna-winkels. ‘Bruna is dan een onderdeel van het winkelgebied. Aantrekkelijkheid van dat gebied staat of valt met een gezamenlijke verant-



Stadshart Zoetermeer

Boekhandel Venstra in Stadshart Amstelveen

'SERVICE IS DE ULTIEME BELEVING'



woordelijkheid van alle ondernemers. Wij vinden het van groot belang dat zij samen zorgen voor een uitnodigende uitstraling. Een verzorgd gebied valt in goede aarde bij de klant en betaalt zich direct uit in ondernemersrendement.' 'Samenwerking vindt bij voorkeur plaats op alle niveaus', zegt ook Hans van Tellingen. 'In gebieden met versnipperd eigendom betekent dat dat de vastgoed-eigenaren samenwerken en samen hun gemeenschappelijke belangen behartigen. Maar het geldt ook voor de winkeliers. Een goed georganiseerde ondernemersvereniging vormt de basis voor gemeenschappelijke marketingactiviteiten en kan optreden naar andere partijen om hun belang te behartigen.' Maar ook eigenaren en winkeliers moeten samenwerken. 'Zij hebben beiden winst en continuïteit als doelstelling, maar wel met een verschillende horizon. Voortdurende afstemming en samenwerking zijn noodzaak om succesvol te blijven.'

Huurprijs

Hoewel de landelijke trend laat zien dat de huurprijzen buiten de grote Randstedelijke winkelcentra aan het dalen zijn, noemen veel vertrekkende ondernemers juist die huurprijs als reden voor hun vertrek. 'In Heksenwiel waren de huren zo hoog, dat er steeds geld bij moest. We hebben moeten besluiten dat we dat niet meer kunnen dragen', zei Hein van Kemenade over de sluiting van Van Kemenade & Hollaers in het Bredase winkelcentrum. De huurverhoging in winkelcentrum Leidsenhage was voor Bruna reden om er te vertrekken. Boekhandel De Kler gaat binnenkort met de verhuurder rond te tafel en beslist later dit jaar of het in Leidsenhage blijft.

'Hou goed in de gaten hoe de prijzen zich ontwikkelen', adviseert Van Tellingen ondernemers, 'en speel daar op in. Hetzij in nieuwe onderhandelingen, hetzij met een verhuizing naar een goedkopere locatie in de buurt. Specsavers doet dat bijvoorbeeld heel slim. Elke keer als in een winkelgebied de prijzen iets dalen, zijn ze er als de kippen bij met een nieuw filiaal. Doe goed onderzoek naar het eigen klantprofiel en de winkels in de omgeving. Wie koopt er en wat past bij deze buurt? Zijn de panden in de grote stadscentra onbetaalbaar geworden, richt je dan op aanloopgebieden en nieuwe wijken die aan het verhippen zijn.'

Om discussies over te hoge huurprijzen te voorkomen pleit Van Tellingen ervoor huurprijzen een combinatie te laten zijn van een gedeelte 'vast', een gedeelte op basis van omzet en een gedeelte op basis van de passanten. 'Als het goed gaat met de winkelier, dan gaat het ook goed met de eigenaar. Het versterkt elkaar.' Boekhandelsketen Bruna ziet ondanks regionale leegloop nog genoeg kansen, juist in kleine en middelgrote steden. 'Iedere winkelstraat, ieder winkelcentrum heeft zijn eigen klantendynamiek. We maken met behulp van data-analyse eerst het gedrag van de markt en de individuele klant inzichtelijk', zegt Haasert. 'Op basis van de klantprofielen en een rekenmodel voorspellen we de potentiële kansen en de beste plek in een winkelstraat. We passen onze formule vervolgens toe naar de lokale behoefte. En met succes: we openen in korte tijd drie nieuwe winkels waarvan we weten dat ze op de goede plek zitten: in Rotterdam Hoogvliet, Waalre en in Epe.' ■

BRANCHE REGISTER

DRUKKERIJ

Bariet Ten Brink 
BOEKEN EN TIJDSCHRIFTEN

Bariet Ten Brink BV

Eekhorstweg 1

7942 JC Meppel

T 088 110 54 00

E info@bariet-tenbrink.nl

W www.bariet-tenbrink.nl

OPSLAG EN VERZENDING

Hexspoor
E-fulfilment

Hexspoor Fulfilment

Ladonkseweg 9

5281 RN Boxtel

T 0411 65 21 22

E mail@hexspoor.nl

W www.hexspoorfulfilment.nl

Opslag al va. € 1,20 per week

Porti NL pakket va. € 3,95,

busstuk va. € 2,95

FOTOGRAFIE

Hannie van Herk

Fotografie

Ter Plaatsse

Churchillaan 138-2

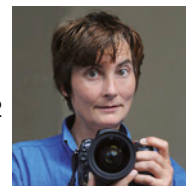
1078 EP

Amsterdam

T 06 5130 8316

E hvanherk@gmail.com

W www.herk.biz



Bel ons voor meer informatie over adverteren in het BRANCHEREGISTER
Nicole van Lierop, tel. 06-41 11 98 86,
e-mail nicole@pubmedia.nl