



ECONOMIE

Hans van Tellingen: 'De winkelstraat is nog lang niet dood'

En toen vroeg Intertoys afgelopen week opeens uitstel van betaling aan. De speelgoedwinkelketen (286 winkels in Nederland, exclusief de 100 franchisewinkels, en ruim 3.000 medewerkers) staat op omvallen. Intertoys, eigendom van de Britse investeerder Arteri, die de speelgoedwinkelketen in 2017 kocht van Blokker, vroeg de surseance aan om flink te kunnen reorganiseren en zo een faillissement te voorkomen.

Oorzaak van de ellende is volgens Intertoys de toenemende concurrentie van 'discounters buiten de traditionele speelgoedmarkt', maar vooral de opkomst van online-spelers. 'De verkoop in speelgoedwinkels is door de online-concurrentie de afgelopen tien jaar gehalveerd,' verklaart het bedrijf.



Lees ook: Lukt het de familie de huishoudwinkel te redden?

DVDU'19

28 maart 2019 |
Fort Voordorp

Ik ben erbij!



MEEST GELEZEN

MEESTE REACTIES

IN BRUZZEL
Voormalig ezindactor Forax

Niet onderscheidend genoeg

'Onzin,' zegt Hans van Tellingen (52), directeur van Strabo in Amsterdam, dat consumentengedrag in winkelgebieden onderzoekt. 'Nog altijd wordt het meeste speelgoed in een winkel gekocht, online is goed voor slechts 12 procent. Intertoys is gewoon niet onderscheidend genoeg. Je koopt ongeveer hetzelfde, maar dan goedkoper, bij Kruidvat of Action. De jeugd is bovendien meer gaan gamen, die slag hebben ze gemist. En ze hebben veel winkels op slechte locaties, dat rendeert niet.'

Van Tellingen verwacht dat Intertoys na een doorstart met de helft van de winkels doorgaat. 'Maar om succesvol te zijn moeten ze dan wel met specialere producten komen.' Die winkels moeten 'flagshipstores' worden: 'Grote winkels waar kinderen wat kunnen – ik geef toe, het is een jekwoord – "beleven".'

Van Tellingen is schrijver van het in november verschenen *Waarom stenen winkels winnen en webwinkels verliezen* [□](#), waarin hij, op basis van cijfers, optimistisch is over de toekomst van de winkelstraat en ingaat tegen de algemeen heersende opvatting dat 'alles online gaat' en er 'straks geen winkels meer nodig zijn'. Er is geen reden tot somberen, vindt Van Tellingen. Ja, kleinere gemeenten als Oldenzaal en Schiedam hebben het lastig. Maar in het gros van de (iets grotere) steden gaat het prima, betoogt hij.

Gemiddeld 6,7 procent leegstand

Ter illustratie wandelt hij met *Elsevier Weekblad* door de binnenstad van Breda, met zo'n 180.000 inwoners vergelijkbaar met Amersfoort, Apeldoorn, Nijmegen en Enschede. Hier wonen, zegt hij, 'de Middenlanders'. 'Geen Randstedelijke hipsters of bakfietsmoeders, maar gewone mensen. De leegstand is met 8 procent iets hoger dan het gemiddelde van 6,7 procent, maar de lege panden in het centrum zitten aan de randen, in de hoofdwinkelstraten staat weinig leeg.

In het chic ogende, fraai gerenoveerde en overdekte winkelcentrum De Barones zitten populaire kledingwinkelketens als H&M, Mango, Bershka, Only en The Sting, maar ook luxere winkels als Boss en Guess. Er is een lokale koffiebar met kwaliteitskoffie en goed bezette tafeltjes. 'Hier komen mensen graag,' zegt Van Tellingen. Dat wordt ze ook makkelijk gemaakt, want vlak bij De Barones is een goed te bereiken parkeergarage (tarief: 2 euro per uur).

De grootste winkel in De Barones is Hudson's Bay, op de plek waar voorheen V&D zat. De keten lijdt verlies in Nederland. Van Tellingen weet wel hoe dat komt. 'Ze willen te veel op de Bijenkorf lijken.' Ze zouden de merkrechten van V&D moeten kopen, luidt zijn gratis advies. 'Dat V&D het niet redde, was omdat het niet verrassend genoeg was. Er is wel degelijk behoefte aan winkels in het middensegment, zeker voor veertigplussers voor wie Zara en The Sting te jeugdig zijn. Kijk maar naar Miss Etam. Sinds die keten zich na de doorstart op de vijftigplussers richt, doen ze het heel goed.'



Hans van Tellingen

@hansvantelling



De #Barones #Breda. Wederom een geslaagde herontwikkeling en upgrade van Kroonenberg Groep.

♡ 2 17:00 - 14 aug. 2018 · De Barones

[Andere Tweets van Hans van Tellingen bekijken](#)



'Eenheidsworsten' domineren het straatbeeld

De Barones is gevestigd aan een lange winkelstraat, de Eindstraat, die overgaat in de Ginnekenstraat. ICI Paris XL, HEMA, Kruidvat en Hunkemöller domineren het beeld. Eenheidsworst, menen critici. Maar volgens Van Tellingen zijn dat de ketens die mensen naar de stad trekken. Er zijn nieuwe ketens bijgekomen, zoals de Deense woonwinkel Sostrene Grene, die in nog elf andere steden zit.

“Intertoys wijt dreigende ondergang aan online-concurrentie. Ten onrechte. Somberen over lege winkelstraat hoeft niet. In het gros van de steden gaat het goed

'In omliggende straten heb je, ook door gedaalde huurprijzen, ruimte voor lokale winkels.' Zoals in de Veemarktstraat, waar kleinere ketens als Dille & Kamille worden afgewisseld met lokale ondernemers als een boekhandel, stijlvolle meubelwinkel en kinderschoenenwinkel. Opvallend: er zit ook een Ace & Tate, die begon als online-brillenwinkel, en O'moda, de online-schoenen- en -kledingketen die 22 winkels in Nederland heeft. De goed uitziende horecatentjes zijn volgens Van Tellingen belangrijk voor een aantrekkelijke binnenstad.

Aandeel online nog altijd beperkt

De cijfers over het sterk groeiende aandeel onlinebestedingen in de retail zijn volgens hem overdreven. 'Van de 100 miljard euro die in Nederland in de retail wordt besteed, wordt slechts 9 procent online uitgegeven.' Toegegeven, per branche zijn er verschillen. Bij kleding is het 24 procent. Maar die cijfers zijn volgens Van Tellingen vertekend. 'De retourpercentages bij online gekochte kleren zijn gigantisch. Bij Zalando is het 50 procent. Dus als iemand voor 100 euro online bestelt en de helft terugstuurt, is de eigenlijke omzet 50 euro.'

Online-zichtbaarheid voor winkels is nodig, omdat consumenten zich steeds meer oriënteren. 'Het is een middel om mensen naar de winkel te trekken. Dat willen ze ook graag. Mensen zijn sociale wezens, die willen samenkomen. Ze willen ruiken, voelen, proeven. In de winkel worden ze, veel meer dan online, verleid tot meer aankopen.' Dus nee, de winkelstraat is nog lang niet dood. 'Met alleen een webshop maak je bijna nooit winst. Met een fysieke winkel lukt dat heel vaak wel.'

2019 19 feb 2019

Deel dit artikel:



KLIK HIER OM DIT PREMIUM ARTIKEL CADEAU TE DOEN (MAX 3 P.M.)



Fleuriëtte van de Velde

Fleuriëtte van de Velde (1975) schrijft over de arbeidsmarkt en over kosten in de gezondheidszorg.

Volg Fleuriëtte van de Velde:

