

Frank Quix: 'Winkelgebieden moeten compacter worden'

09-02-2015 16:41

De problemen bij V&D, Blokker en diverse schoenenketens in de afgelopen weken staan niet op zichzelf. Veranderingen in bevolking, economie en technologie hebben de retailmarkt grondig opgeschud. Een deel van de overcapaciteit dient daarom van de markt te worden gehaald. Daarover laat Frank Quix, managing director van Q&A research & consultancy geen misverstand bestaan. De sleutel ligt bij marktpartijen. Vraag is of zij hun verlies willen en kunnen nemen.

Q&A is gespecialiseerd in onderzoek, advies en opleiding op het gebied van detailhandel. De groei van online winkelen is zeker niet de enige verandering waar detaillisten mee worden geconfronteerd, zo betoogt Quix. Hij onderscheidt drie aandachtsgebieden: bevolking, economie en technologie. "In Nederland, eigenlijk in heel Europa, is sprake van een veranderende bevolkingssamenstelling. We spreken over krimp in de randgebieden en groei in een beperkt aantal grote steden. Niet alleen is in stedelijke gebieden sprake van aanwas. Er ontstaat ook een groter leeftijdsverschil tussen de mensen in de stad en de rest van Nederland. Bovendien groeit met name in steden het aantal eenpersoonshuishoudens. Die verandering heeft een enorme impact op de vraag welk winkelvastgoed in de toekomst nog zal renderen."

Gematigde groei verwacht

De stagnerende economische ontwikkeling speelt een grote rol. Hij voorziet voor lange tijd niet meer dan zeer gematigde groei. Of soms krimp. Dat heeft onder meer te maken met het bestedingspatroon. 50-plussers geven structureel minder geld uit aan goederen en meer aan diensten. En het economisch klimaat is bijzonder broos. Niet op de laatste plaats zorgen digitalisering en technologische vernieuwingen voor veranderingen in het consumentengedrag. "We kopen andere producten. En winkelen op een andere manier. De taart wordt dus niet alleen kleiner. Er gaat ook een groter deel naar online winkelen."

Actuele cijfers over de mode- en schoenenbranche illustreren dat effect. "In 2007 gaven we in Nederland 12 miljard euro uit aan mode en schoenen. Online behaalden we een omzet van 285 miljoen euro. In 2013 bedroeg de totale omzet 10 miljard euro. Webshops haalden in dat jaar een omzet van 850 miljoen euro. De fysieke mode- en schoenenwinkels hebben in zeven jaar tijd dus een kwart van hun reguliere omzet zien verdwijnen."

Grote overcapaciteit

"De uitdaging is nog veel groter," zo zegt Quix. Het aantal vierkante meters modewinkels en schoenenwinkels is in die tijd met respectievelijk 12 en 8 procent gegroeid. Verder kunnen retailers de inflatie niet bijhouden. "De prijsindex is in die tijd met bijna veertien procent gestegen. Al met al durf ik de stelling aan dat sinds de start van de economische crisis een overcapaciteit van zo'n dertig tot veertig procent is ontstaan. En dan hebben we het alleen nog maar over schoenen en mode."

Gemeenten hebben te makkelijk ingestemd met de bouw van nieuwe winkels? "Er is niet één schuldige. Gemeenten geven weliswaar de grond uit, maar daar achteraan komen ontwikkelaars met mooie plannen en beleggers die daar geld in willen investeren omdat er retailers zijn die zich daar willen vestigen."

Compacte winkelgebieden

Waar ligt de oplossing? "Er is geen kant en klare oplossing. Het gaat om maatwerk. Veel winkelgebieden moeten compacter worden. Groei kan alleen nog op heel specifieke locaties." Een moratorium op het bijbouwen van winkels is volgens hem niet wenselijk. "Twintig Nederlandse steden laten bevolkingsgroei zien. Daar zijn nieuwe winkelontwikkelingen noodzakelijk. Maar het is wel zaak dat gemeenten op basis van goede cijfers en een actuele visie de vraag beantwoorden aan welke winkelstructuur in hun regio nog behoefte

bestaat. " Quix signaleert de laatste tijd helaas een beweging om dan maar het verzorgingsgebied te vergroten. "Maar we mogen onszelf niet rijk rekenen. Als de ene bestuurder de pootjes van de passer ruimer zet om een groter verzorgingsgebied te creëren en buurgemeenten doen dat vervolgens ook, dan gaat het mis."

Overigens hoeft van hem niet alle overcapaciteit uit de markt te worden genomen. Grote winkelpanden kunnen soms een nieuwe functie krijgen. Quix verwijst naar de Duitse outdoor-retailer Globetrotter. "Zij hebben in twaalf steden voormalige woningen overgenomen om daar grote belevingswinkels te realiseren. Daar kun je wanden beklimmen, kano's in grote bassins uitproberen en windjacks testen in de windtunnel. Vervolgens weten zij niet alleen in de winkels, maar ook online een goede omzet te halen."

Verlies nemen

Een aantal gebouweigenaren zal verlies moeten nemen. "Niemand wil verlies nemen, maar dat verlies is onvermijdelijk." Hij vergelijkt het winkellandschap met een te kleine vissenkomp. Gooi daar twintig goudvissen in en ze gaan allemaal binnen één dag dood. Als er op tijd vijftien vissen uit worden gehaald, dan overleven de achterblijvers. "Schaarste is voor iedereen goed. Dat zorgt voor betere huurinkomsten, minder concurrentie en gezellige, goed gevulde winkelgebieden. Dan wordt er waarde gecreëerd en zijn er alleen maar winnaars."

Probleem is alleen dat die meerwaarde niet eerlijk is verdeeld. Volgens Quix doen gebouweigenaren er verstandig aan samen met retailers en de overheid tot nieuwe collectieve oplossingen te komen. "Wellicht biedt ruilverkaveling mogelijkheden. Marktpartijen vinden dat ook wel een nobel streven, maar niemand verwacht dat zoiets gaat gebeuren." Hij hoopt dat de Retailagenda van minister Kamp de discussie verder brengt. "Gezonde winkelgebieden zijn van het grootste belang voor het functioneren van een gemeenschap. We moeten samen tot een oplossing komen, anders zijn over de tien jaar de problemen nog veel groter."

Bert Pots

Frank Quix is ook dagvoorzitter op het komende Bricks in Retail event in het WTC Amsterdam op 17 maart aanstaande. [Meld u hiervoor aan!](#)