

Aanpak nodig voor oprukkende winkelleegstand in buurtcentra en krimpgebieden

05-09-2016 17:00

De laatste jaren hebben we de winkelmarkt sterk zien veranderen. Waar enkele jaren geleden nog sprake was van een groeimarkt, zien we de – vaak snelle transitie – naar een stagnerende en vervolgens krimpende markt. Ook winkels in buurtcentra en krimpgebieden hebben het moeilijk. Dat maakt een goede positionering van winkelcentra van cruciaal belang. Er zijn ook anno 2016 nog steeds kansen en mogelijkheden om met (deels) nieuwbouw in te spelen op de nieuwste trends en ontwikkelingen. Maar de juiste plaats en een reëel programma zijn dan wel cruciaal.

Volgens Locatus kent Nederland in 2015 circa 30 miljoen vierkante meters winkelvloeroppervlakte, De gemiddelde winkelleegstand bedraagt 9,2%, Gemeten in winkelvloeroppervlakte is dat zo'n 2,76 miljoen m².

Sinds 2006 is de winkelleegstand langzaam aan het oplopen. De meeste experts verwachten dat deze ontwikkeling voorlopig doorzet; niet alleen door gewijzigde marktomstandigheden en dito consumentengedrag; ook de vergrijzing van het ondernemersbestand is een belangrijke oorzaak. Juist de lokale, zelfstandige ondernemers hebben geen opvolger, waardoor ze gedwongen zijn hun winkels te sluiten. Met name in de buurtcentra en in krimpgebieden vormt dit een groeiend probleem.

De verschillen in leegstand van winkels voor detailhandel zijn groot. Met name buiten de Randstad zijn gebieden met veel leegstand. Friesland, grote delen van de provincie Groningen, Zuidwest-Overijssel, Flevoland-Midden en Zuid-Limburg hebben meer dan 10% winkelleegstand. Voor een deel komen deze gebieden overeen met de krimpregio's. Ook hier geldt het principe van de wederkerigheid: ontwikkelingen aan de aanbodzijde hebben invloed op het koopgedrag van de consumenten, en het veranderende koopgedrag heeft op zijn beurt gevolgen voor de aanbodstructuur. De hedendaagse consument is goed geïnformeerd en houdt – naast de prijs – rekening met factoren als tijd, inspanning, gemak en plezier.

Netwerkverdichting

Het netwerk van filiaalbedrijven verdicht zich, de consument ziet deze formules als basisaanbod. De afgelopen tien jaar nam het aandeel filiaalbedrijven in Nederland toe van 28 naar 37%, met name in de A1-winkelgebieden. De hoofdwinkelstraten van centrumgebieden zijn – met een prominent aanbod van modezaken – steeds meer op elkaar gaan lijken. Maar ook in kleinere winkelgebieden zien we netwerkverdichting door de vestiging van filiaalbedrijven met een kleinere winkel of een aangepaste formule. Dit ging ten koste van het aantal zelfstandige bedrijven, die in groten getale failliet gingen.

Kleine winkelcentra hebben te maken met toenemende concurrentie als gevolg van veranderend consumentengedrag, en dat leidt onder andere tot leegstand. Deze tendens zien we landelijk vooral in krimpgebieden, de centra van middelgrote plaatsen, kleine dorpen, buurtwinkelcentra en ook in de randgebieden van grotere binnensteden. De concurrentie tussen deze winkelgebieden is het hevigst. Ondernemers in kleine buurtstrips en in de verspreide winkelgebieden hebben het dan ook moeilijk.

Er is sprake van een beperkt lokaal draagvlak, kleinschaligheid van het aanbod en het ontbreken van echte publiekstrekkingen. Hierdoor staat de positie van de zelfstandige ondernemer steeds meer onder druk. De consument pakt bovendien steeds vaker de auto om boodschappen te doen in een compleet boodschappencentrum dat niet te ver van huis ligt. De meest nabije winkels in bijvoorbeeld buurtstrips zijn geen automatische keuze meer waardoor de toekomstwaarde van buurtstrips sterk onder druk staat.

Toekomstvisie nodig

Op alle schaalniveaus zal verouderd of slecht gesitueerd winkelaanbod moeten worden aangepakt door herstructurering of transformatie. Soms geldt dat voor hele winkelcentra of delen daarvan. Dit vraagt om een duidelijke toekomstvisie, heldere keuzes, een strategie op regioniveau en samenwerking met en commitment van de betrokken overheden en marktpartijen.

Louis Huijts RT REV is lid van VBO Makelaar, Vereniging voor makelaars en taxateurs

Rogier Hentenaar