

Welke retailconcepten zijn de meest kansrijke invulling voor leegstand?

01-05-2018 08:40

Veel winkelcentra hebben te kampen met versnipperd eigendom en beheer, een eenzijdige samenstelling van het winkelaanbod en/of leegstand. De vastgoedsector heeft zich uitgesproken over welke retailconcepten minder in winkelcentra vertegenwoordigd zouden moeten zijn, welke concepten het best zijn om rendement te halen uit een retailontwikkeling of -belegging en welke de meest kansrijke invulling zijn voor leegstand. [Download [hier](#) het hele rapport.]

1. Samenstellen

Kijkend naar de samenstelling binnen een winkelgebied zijn er volgens de sector een aantal concepten ondervertegenwoordigd. Dit zijn vooral leisureconcepten en kunst en cultuur. Dergelijke concepten kunnen bijdragen aan een betere beleving en diversiteit van het winkelgebied, [eigenschappen die zeer belangrijk zijn](#) voor een succesvol winkelgebied. Opvallend is het waargenomen tekort aan kinderopvang. Het tijdelijk kunnen opvangen van kinderen ondersteunt mogelijk de vrijetijdsbesteding. Tot slot is ook het tekort aan pop-up formules duidelijk zichtbaar.

2. Verdienen

Natuurlijk is het ook belangrijk te weten wat de meest interessante concepten zijn voor beleggers, beheerders en ontwikkelaars om te kunnen verdienen aan het retailvastgoed. Daaruit blijken horeca en supermarkten het meest in trek te zijn. Dit wordt vooral gedreven door de bediening van primaire levensbehoeften, een hoog herhalingsaankoopgehalte en een korte gebruiksduur. Ook leisure en persoonlijke verzorging scoren hoog onder de beleggers, beheerders en ontwikkelaars. Kunst/cultuur, sportfaciliteiten en tijdelijke kinderopvang worden minder lucratief bevonden en scoren het laagst.

3. Invullen

Tot slot blijft leegstand een grote uitdaging in de retailsector. Aan de vastgoedsector is gevraagd welke invulling van leegstaande winkelpanden het meest kansrijk is. Woonruimte kwam hierbij overduidelijk als beste uit de bus. Dit heeft alles te maken met de (vaak) centrale ligging van winkelcentra en de grote druk op de woningmarkt. Woonruimte wordt gevolgd door concepten die samen hangen met een 'dagje uit': horeca en kunst/cultuur. Fast food is overduidelijk niet populair in de sector. Slechts 15% van de respondenten ziet dit als een kansrijke invulling.

Vastgoedjournaal deed in samenwerking met **USP Marketing Consultancy** onderzoek naar succesfactoren bij de (her)ontwikkeling van retailvastgoed. In een reeks artikelen lichten wij de belangrijkste resultaten eruit. U kunt het volledige rapport [via deze link](#) downloaden.

Foto: By G.Lanting [[CC BY-SA 4.0](#)], [from Wikimedia Commons](#).