

Dynamica in de retail.

Deze week is er een spraakmakend rapport uitgekomen dat de situatie in de winkelretail beschrijft. Het rapport van Dynamis komt tot de conclusie dat vraagsturing niet tot het gewenste resultaat heeft geleid. Online aankopen nemen sterk toe, terwijl ook grote steden steeds meer aantrekkingskracht uitoefenen op potentiële bezoekers. Vooral middelgrote en kleinere plaatsen hebben hier last van, motiveren van klanten om toch naar deze centra te komen is **mislukt**. De leegstand loopt op en een andere bezetting van de winkelpanden leidt tot minder sfeer in de winkelstraat. Voormalige leuke winkelpanden worden nu bezet als medisch centrum, orthopedische winkels, opticiën of kapsalons of staan gewoon leeg. Hierdoor vermindert de aantrekkelijkheid van een dergelijk centrum. **Een heroriëntatie is op zijn plaats.**

Vraagstimulerende maatregelen

Voor de rapportage '[Sprekende Cijfers Winkelmarkten](#)' van Dynamis werden 29 grote en middelgrote steden onder de loep genomen. De onderzoekers komen tot harde conclusies: veel steden richten zich volgens hen nog te veel op 'vraagstimulerende maatregelen': zij stellen een centrummanager aan en schaffen het betaald parkeren af.

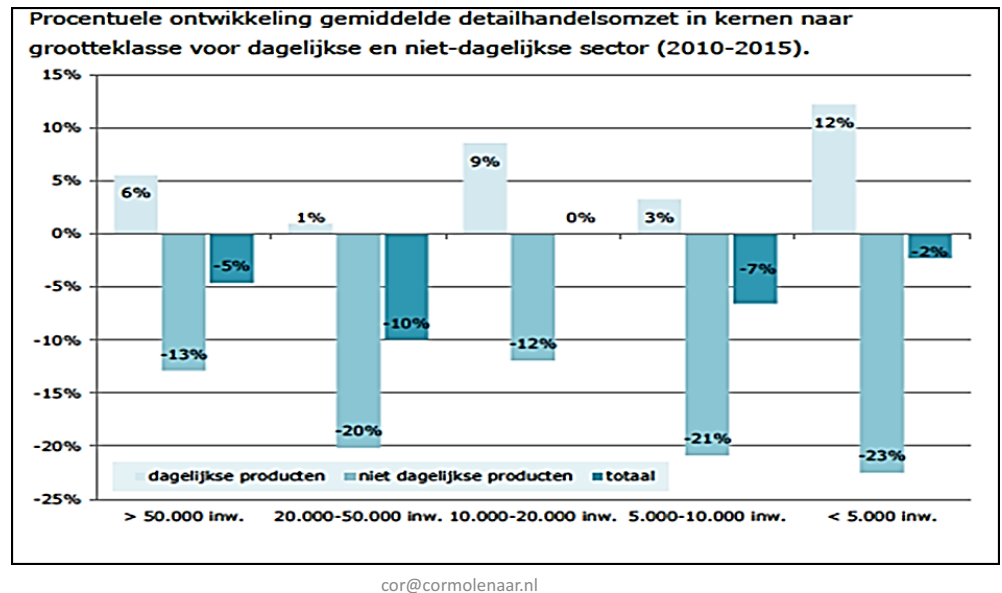
Hoewel deze acties op zich kunnen helpen, wordt het probleem niet verholpen. Dat zit namelijk aan de aanbodkant: **er zijn teveel winkels voor de afnemende vraag/kooplust**. Mensen die vroeger hun boodschappen kwamen doen, shoppen tegenwoordig online of reizen door naar grotere steden waar het aanbod wél compleet is.

Bron: FD dinsdag 19 september.

Supermarkten redden de winkelstraat niet!

Soms wordt ook besloten om dan maar supermarkten in het centrum te plaatsen, hierbij is de lokale binding in de meeste gevallen ruim 85%. Maar er wordt voorbijgegaan aan psychologische aspecten van boodschappen doen (ratio) en van winkelen (emotie). De winkels voor boodschappen doen, leiden niet tot aantrekkelijke winkelgebieden en ook niet tot meer niet-dagelijkse aankopen zoals schoenen of mode. Veel plaatsen zijn tegenwoordig gewoon een boodschappencentrum met supermarkt en winkels voor dagelijkse behoeften (Etos, Kruidvat, bakker en slager) zonder leuke winkels om te winkelen. **Dit is de toekomst van de middelgrootte plaatsen.** I&O research geeft dit duidelijk aan in het koopstromen onderzoek Oost Nederland van voorjaar 2016.

Wat kan de gemeente doen om, levensvatbare wijk/dorpswinkels te houden en wat kan ze doen om leegstand te voorkomen



Bron: I&O research voorjaar 2016

De vastgoedsector trekt aan de noodbel

Het zojuist gepubliceerde rapport van Dynamis is heel duidelijk over winkelgebieden. Ook Krijn Taconis van vastgoedadviseur CBRE als Dirk Anbeek van Wereldhave spraken zich deze week uit over de verandering in winkelgebieden. Krimp is onvermijdelijk en voor kleine plaatsen niet eens voldoende. Het koopgedrag van klanten en de bestedingen van klanten zijn zodanig veranderd dat winkelgebieden wel moeten aanpassen. De veranderingen zijn niet tijdelijk of generatie bepaald maar bestendig.

Tilburg - In veel middelgrote steden loopt de winkelleegstand al in de dubbele cijfers. Nieuwe huurders zoeken heeft nauwelijks zin. Een krimp van het aantal winkels is de enige oplossing, menen vastgoedexperts.

„Heel veel plekken moeten een andere bestemming krijgen. Wij hebben in Nederland gewoon te veel winkelruimte. Maar iemand moet de pijn nemen”, zegt Krijn Taconis, directeur CBRE

Bij de middelgrote steden heeft Schiedam het treurige record van 25% leegstand in het centrum. Er is geen reden te denken dat de winkeliers terugkomen, stelden onderzoekers van vastgoedbureau Dynamis deze week in een rapport over de Nederlandse winkelmarkt. De toenemende populariteit van online shoppen raakt veel middelgrote steden extra. Zo vinden grote ketens het niet meer nodig om in elke stad

een winkel te hebben. Ze kunnen de klant ook bedienen op internet met ondersteuning van een winkel op enige afstand. Een andere reden, waarom het aantal stadscentra met een regiofunctie terugloopt, is dat de consument tegenwoordig makkelijker een flinke afstand aflegt om te gaan winkelen.

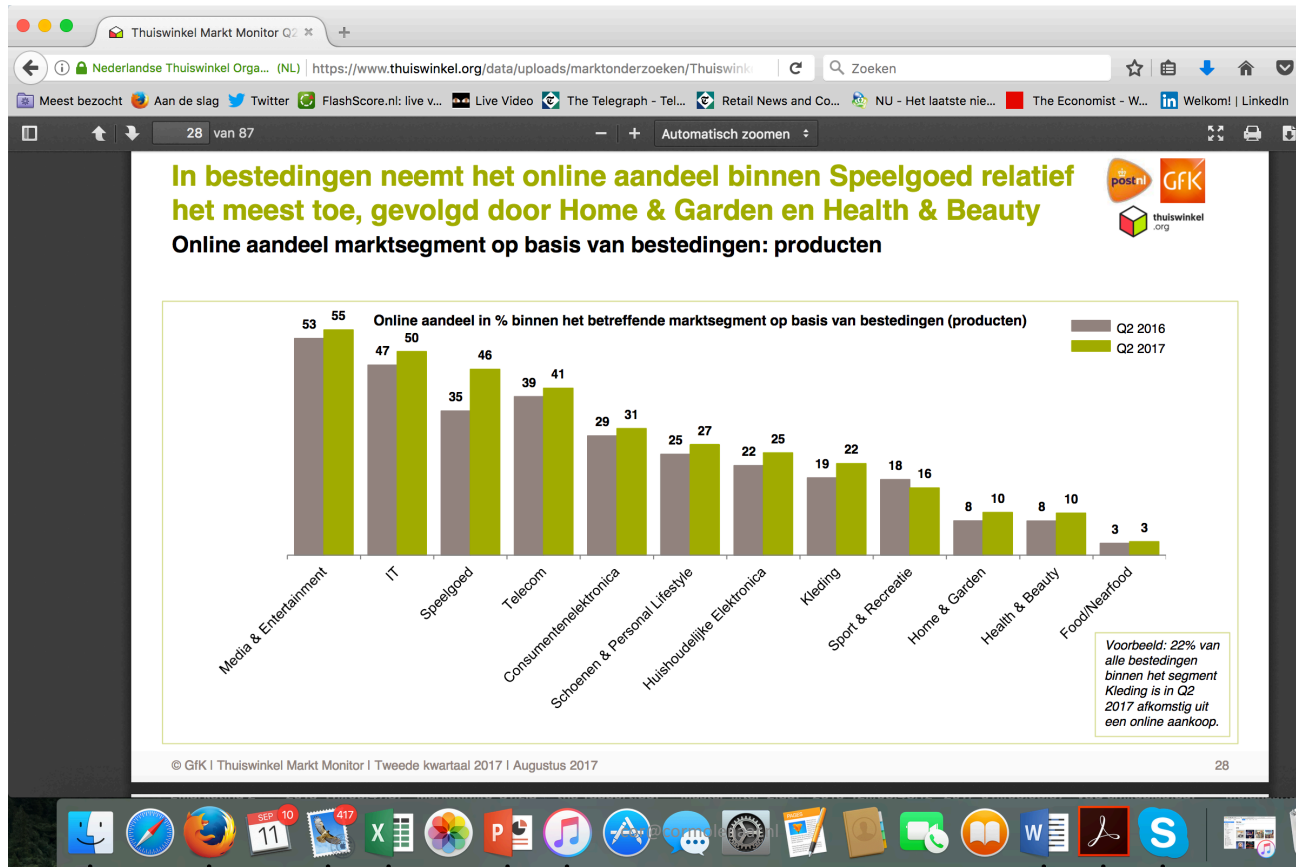
„Het koopgedrag van mensen is ook veranderd”, tekent Taconis aan. „Mensen kopen simpele dingen bij Zeeman en Primark en hoogwaardige ergens anders. Daar schamen ze zich niet voor. Dat was voor de crisis anders. Ze geven ook relatief meer uit aan eten, drinken, reizen en al hun media-abonnementen.”

Bron: Telegraaf, 22 september op basis van interview met Dirk Anbeek van Wereldhave en Krijn Taconis Directeur van vastgoedadviseur CBRE.<http://tinyurl.com/y7yrvne8>

Deze ontwikkeling heb ik al beschreven in publicaties als het boek: Het einde van winkels? (2011) en “Red de winkel (2013). Juist koopmotieven en koopgedrag zijn goede graadmeters voor toekomstige ontwikkelingen.

Internetaankopen

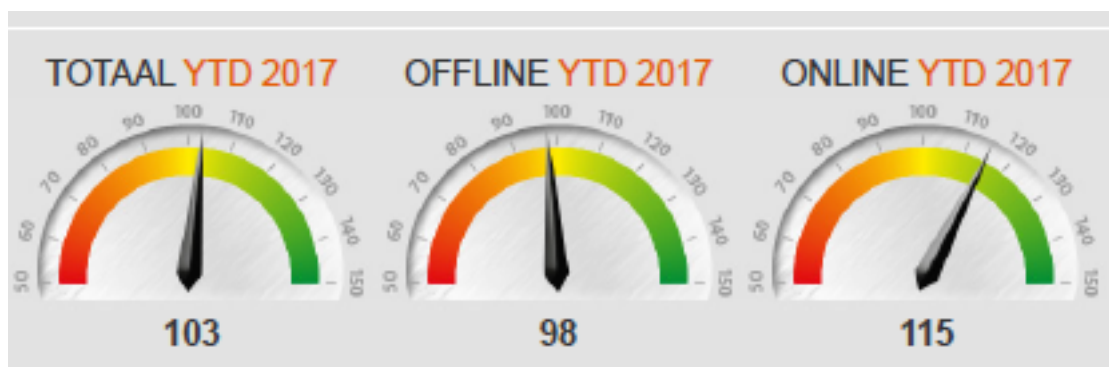
Internetaankopen groeien ook nog steeds sterk in segmenten waar vroeger in de winkel(straat) werd gekocht: speelgoed, mode, schoenen en consumenten-elektronica. Mede hierdoor ontstaat de verandering in het winkelaanbod. Andere segmenten zoals autoverkoop, benzine, huizen en woninginrichting hebben veel minder last van internet, maar deze aanbieders hebben ook nooit deel uitgemaakt van een winkelstraat.



Bron: GfK Research, Postnl, thuiswinkel.org

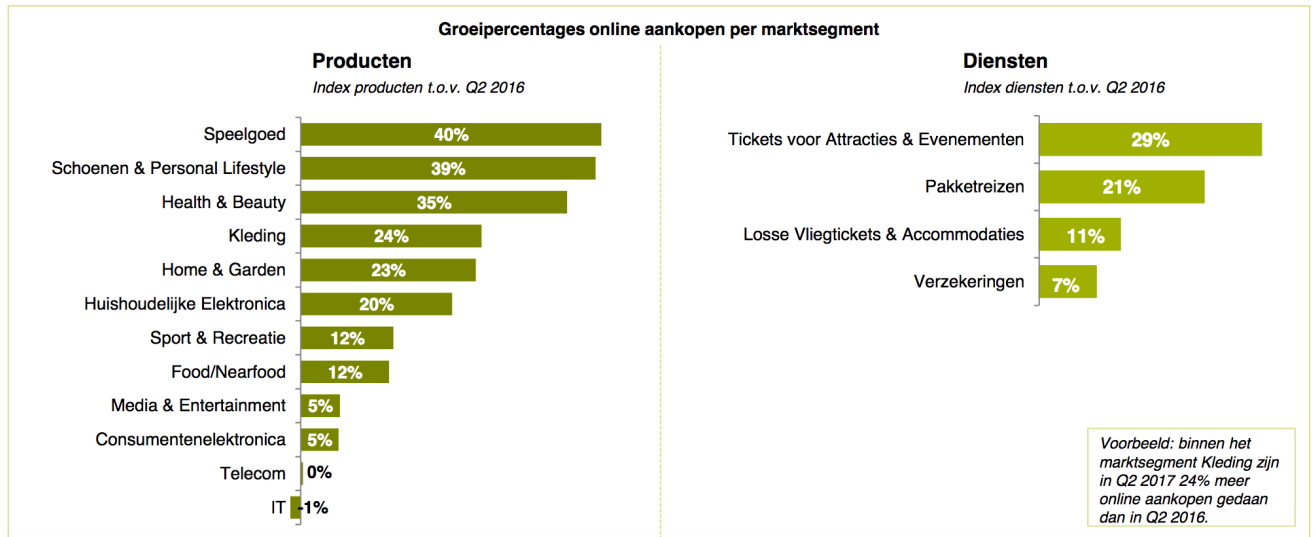
Nu het niet langer meer de ondernemers zijn die klagen over dalende omzetten en dalende marges, maar de effecten sterk zichtbaar worden in middelgrote en kleinere gemeenten neemt vastgoed het voortouw voor veranderingen. Gemeenten moeten daarom aan tafel gaan met alle betrokkenen, **niet alleen om de winkels te behouden, maar om een leuk centrum te behouden**. Koopgedrag van klanten bepalen immers de toekomst.

Ontwikkelingen internetverkopen 2017 tot en met week 37



De groei in online aankopen is het grootst binnen de segmenten Speelgoed en Schoenen & Personal Lifestyle

Groeipercentages online aankopen: producten en diensten



Blijven pappen en nathouden, de problemen vooruit blijven schuiven en het nieuwe koopgedrag blijven ontkennen zal alleen maar leiden tot nog meer problematische winkelgebieden.

Prof Dr. C.N.A. Molenaar
23 september 2017