

## Wat is de toekomst van de V&D panden?

62 plaatsen hebben een litteken overgehouden aan V&D. Grote winkelpanden staan leeg en te wachten op een onzekere toekomst. Voor veel panden zal er geen (winkel) toekomst zijn, maar wat zal dit betekenen voor deze winkelgebieden en deze plaatsen?

### *Woolworths in Engeland als voorbeeld*

In 2008 voltrok zich een identiek scenario in Engeland. De winkelketen Woolworths ging op 28 december 2008 in surseance, 807 winkels sloten hun deuren en 30.000 medewerkers werden werkloos. Een drama vergelijkbaar met het drama V&D. Na drie jaar bleken nog steeds 108 winkels leeg te staan (13.5%) en te wachten op een nieuwe huurder, 68 winkels (8.5%) werden gesloopt. De andere winkels vonden nieuwe huurders, vooral in het "lage prijzen" segment, de zogenaamde "poundshops" of in nieuwe concepten voor de kleine beurs (frozen food). Maar dramatischer was het effect op winkelgebieden. In plaatsen waar Woolworths de grote trekker was voor het winkelgebied gingen winkels naar een andere locatie zoeken, waar nu de oude Woolworths klanten kwamen. Het nieuwe winkelgebied onderging een gedaanteverandering gericht op het nieuwe kooppubliek. Een ontwikkeling, die wij in Nederland ook vaak zien bij de komst van een Primark. Maar in gebieden waar Woolworths de trekker was zagen we opeens andere "trekkers" opstaan, winkels grepen de nieuwe vrijheid en omarmden de nieuwe consument. Het was een onderdeel van de metamorfose van winkelstraten.

### *De toekomst van oude V&D gebieden*

Het is niet onlogisch als dit ook in Nederland gaat gebeuren. Oude V&D panden, waar jarenlang niet in geïnvesteerd is, zullen uit het straatbeeld verdwijnen, de 8.5% van Woolworths. Het zijn winkels zoals in Oss of in Leidsenhage. Dominante panden buiten de Randstad zullen nieuwe winkels krijgen, vaak zullen de panden opgedeeld worden. Dit biedt ruimte voor nieuwe huurders, bijvoorbeeld een wellness etage met de pedicure, de fitness, acupunctuur en massage. Zelfstandige ondernemers met lichaamsgerichte services, waar je naar toe moet gaan. Ook biedt het ruimte voor "shop in shop" mogelijkheden voor zelfstandigen, maar ook een mogelijkheid voor al die webwinkels, die via een winkel willen verkopen. Een soort *Loods 5* voor zelfstandigen, waarbij wel het aanbod wordt getoond, maar waarbij je niet zelf in een winkel hoeft te staan. Zelfs een outlet pand is mogelijk, zoals in Beijing op Silkroad, waar veel retailers goedkope producten aanbieden (pas op voor namaak staat op het pand). In enkele gevallen zal een grote retailer ook in het pand willen trekken. Het gerucht gaat dat HBC (Hudson Bay Company) een gegadigde is, maar wellicht ook T.K. Maxx die graag in Nederland wil uitbreiden. Opmerkelijk was ook het recente bericht dat steeds meer Engelse "Lage Prijzen" winkels naar Nederland willen komen. Aangetrokken door het succes van Primark. Dit zou kunnen betekenen, dat evenals bij Woolworths, de aantrekkelijke V&D panden door een lage prijzen winkel ingenomen gaat worden, waarbij de verandering van de winkelstraat ook hier in een stroomversnelling kan komen.

### *Aanpassing winkelgebieden*

Maar winkelgebieden zullen compacter worden, doordat vooral de winkelomzetten in mode, speelgoed, consumentenelektronica en schoenen de komende jaren verder zullen afnemen ten gunste van internet (in 2016 is de daling 7%, terwijl internet weer met 28% gestegen is). Opnieuw zullen binnensteden veranderen, waarbij wel winkels zullen blijven,

vooral de kleine leuke winkels gerund door ondernemers, maar winkels zullen minder dominant zijn in het totale gebied. Er zal steeds meer horeca (drank en eten) en cultuur komen naast vrijetijdsbesteding. Hier kan een V&D pand ook een rol bij spelen als indoor skibaan, kartbaan, bioscoop en theater of misschien wel gewoon voor bewoning, appartementen of verzorgingstehuis. Een recent voorbeeld is Decathlon, dat een deel van het pand van V&D in Den Haag gaat huren. Een winkel duidelijk gericht op beleving en vrije tijd.

### *conclusie*

Eigenlijk ontstaat er weer een machtsevenwicht in veel winkelgebieden en binnensteden, er ontstaat ruimte en een noodzaak voor creativiteit. Bij ondernemers, maar ook bij de gemeenten en landelijke overheid. Deze nieuwe ruimte biedt juist nu de mogelijkheid om weer een leuke binnenstad te maken met minder winkels, maar met meer andere activiteiten en bewoning. Hedonische centra, die bijdragen aan geluksgevoelens, goed bereikbaar zijn, met goede parkeervoorzieningen, waar het leuk is om te wonen, te verblijven, te recreëren en te winkelen. De dominantie van het V&D pand is weg en juist kleinere winkels worden geïntegreerd in de nieuwe binnenstad, een hybride toepassing binnen de vrijetijdsbesteding en een mooie aanvulling op het functionele, maar ook praktische internet. Emotie en gelukkig zijn (hedonie) mag weer.

Prof Dr C.N.A. Molenaar

12 maart 2016