

Enkele jaren geleden, voordat we de grote golf van retailfaillissementen over ons heen kregen, was er veel oproer over uniforme winkelgebieden. Overall dezelfde ketens, wat maakt het nog uit waar je gaat winkelen. Een meer dan terecht klacht, maar je hoort er nu vrij weinig meer over. Is de consument onverschillig geworden, heeft online de pijn verzacht of is er sprake van een opmars van locaties “off the beaten track”?

Kijkend naar de verhouding filiaalbedrijf-zelfstandigen in grote winkelgebieden, dan is de situatie er de afgelopen jaren zeker “voorspelbaarder” op geworden. De internationalisering en schaalvergroting zijn duidelijk winnende krachten in onze A1-straten, resulterend in ca 30% minder vloeroppervlak voor zelfstandige winkeliers. Velen binnen de winkelvastgoedsector pleiten voor meer ondernemerschap, diversiteit en het koesteren van zelfstandigen. Maar veel effect lijken deze oproepen niet te sorteren. Althans, niet op de hoofdwinkellocaties...

Tabel 2: Meer winkelvoeropervlak voor ketens

Ontwikkeling aantal m² tussen 2004 en 2017 (excl. Leisure, automotive en diensten). Bron: Locatus, bewerking ABN AMRO.

De bierparallel

Waar de biermarkt profiteert van het nieuwe ondernemerschap – en grote brouwerijen door overnames en strategiewijzigingen de IPA's en speciaalbieren als volwaardig zijn gaan zien – is het blikveld van de winkelvastgoedsector nog sterk gericht op het *pils* voor de massa. In de mantra's van compacte binnensteden, goede bereikbaarheid en betere samenwerking richten we ons vooral op de hoofdwinkelgebieden. In hoeverre schatten we de dynamiek van de “vastgoed underground” op waarde? De populariteit van waterfronts, campuslocaties, nieuwe woon-werkdistricten, stadsparken, evenementlocaties, landwinkels ... persoonlijk zult u ze vast kennen, maar ze staan niet op onze winkelgebiedenkaart en er worden geen passanten geteld. Ik pleit voor meer aandacht en waardering voor deze nieuwe stedelijke en ondernemende bestemmingen. Ze passen niet in onze winkelgebiedsclassificaties, tarten de “wetten van de retail” en stellen ons voor allerhande beleids- en handavingsissues. Maar ligt hier niet juist het speciaalbier dat onze sector zo hard heeft?

entrum Breda

-27%

*Op 28 november 2017 organiseert NRW een congres over de **BETEKENIS VAN WINKELGEBIEDEN**. We doen dit aan de hand van de ontwikkelingen in de segmenten bier, brood en bloemen. En trekken hierbij de parallellen naar het winkelvastgoed. Noteer alvast de datum!*