

De rafelranden van de detailhandel

retail aan huis en op bedrijventerreinen

De eerste ontwikkeling van de detailhandel was de verkoop voor of vanuit de woning. De eerste winkelvormen ontstonden in de middeleeuwen. Een tijd waar de markten de belangrijkste handelsplekken vormden. 'De eerste 'winkels' bestonden uit een toonbank met daarop de koopwaar onder een aan het front van het pand bevestigde luifel werd geplaatst. Door de toenemende handel in de middeleeuwen kreeg het voorhuis vaak een bedrijfsfunctie, terwijl het achterhuis de woonfunctie behield.'¹

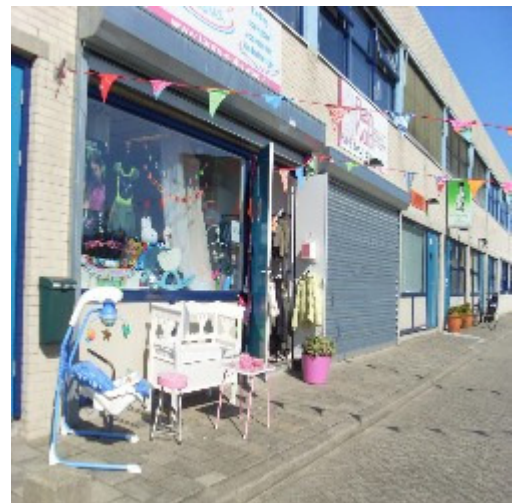
Nog vele eeuwen bleven de woon- en bedrijfsfunctie sterk aan elkaar verbonden. In mijn jongste jeugd woonde ik naast een kruidenier, tevens melkhandelaar, waar de winkel naadloos overging in de woonkamer die weer overliep in de opslag.

Door de komst van de moderne winkelcentra met een heldere functiescheiding en het verdwijnen van dit soort buurtwinkels (er zit nu een dierenarts in het pand) is een winkel een winkel en een woning een woning. De woning wordt echter weer een steeds belangrijker werkplek. Het thuiswerken heeft door internet natuurlijk een enorme boost gekregen.

Ook de verkoop vanuit huis is daardoor opgeleefd. Een postzegelhandelaar kan net zo goed en veel goedkoper vanuit de eigen woning opereren, dan vanuit een winkelruimte. De tweedehands Märklin-treinen verkoper, de eigen gemaakte serviezenverkoopster etc.. Ze verdwijnen van allerlei beurzen en markten en doen de verkoop via het web en vervolgens vanuit huis. Maar als dat weer zo succesvol wordt, groeien diezelfde woningen weer uit tot een soort ouderwetse winkels. De schuur of garage moet er aan geloven. De medebewoners moeten inschikken, de zolder of berging wordt opslag en de eigen privérommel verhuist naar de Shurgard of Allsafe.

Op bedrijventerreinen is die scheiding tussen bestemmingen doorgaans helder omschreven in het bestemmingsplan. ABC-goederen mogen wel, overige detailhandel mag doorgaans niet. Handhaving vindt vaak plaats op aandringen van winkeliers die vinden dat er sprake is oneerlijke concurrentie. Maar in de praktijk is die scheiding minder helder. In het verleden glipten ondernemers vaak door de mazen van de wet. Food en mode-discounters kwamen daardoor op plaatsen terecht waar ze niet bedoeld waren. Maar de meeste mazen zijn inmiddels gedicht.

Er is echter een nieuwe ontwikkeling gaande. Op diverse bedrijventerreinen zie je een schemergebied van handel, productie en detailhandel ontstaan. Wat begint als een webshop met opslag, groeit geleidelijk uit tot een winkel met vaste openingsuren. Vaak niet de reguliere tijden, maar vooral de laatste dagen van de week. En niet perse open om 9.00 uur, maar vaak wat later. En soms is men wel officieel open, maar is er even niemand.



¹ Uit de Bolt-bijbel: Handboek Produktvorming in de detailhandel

Er zijn ook florerende bruidsstudio's, bloemenwinkels, kinderkleding zaken die wel de nodige traffic genereren. Voor de omringende bedrijven soms prettig door de extra reuring die het met zich teweeg brengt. Anderzijds kan het ook een groot beslag op de beperkte parkeergelegenheid zijn. Maar voor concurrenten op andere veel duurdere locaties vaak een doorn in het oog.

Al met al gaat het om relatief beperkte metrages waar de vloerproductiviteit gemiddeld genomen lager ligt dan in de reguliere detailhandel. Maar het is toch een niet te onderschatten kanaal waar de scheidslijn tussen virtueel en reëel winkelen vaak heel duidelijk is.

Jeroen Verwaaijen
directeur onderzoek Strabo
verwaaijen@strabo.nl

Amsterdam, juni 2008