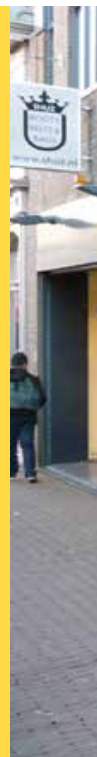


# DE WINKELLEEGSTAND IS GÉÉN NATIONAAL PROBLEEM EN NEEMT STERK AF: HIER DE FEITEN

DOOR HANS VAN TELLINGEN EN GERTJAN SLOB



# N

Na de echt grote maatschappelijke thema's - zoals vluchtelingenproblematiek, integratie, aanslagen, gezondheidszorg en (echte of vermeende?) maatschappelijke tweedelingen - lijkt winkelleegstand zo'n beetje het grootste probleem te zijn van de huidige maatschappij. Op zich prima. Retail staat op de agenda. Iedereen heeft er een mening over. Want shoppen doen we (bijna) allemaal.

## ONHEILSTJDINGEN

Maar sommigen overdrijven. Retailpublicisten – zoals Cor Molenaar en Frank Quix – bemoeien zich ook met de materie. En doen aan onheilstjdingen. In 2011/2012 voorspelde Molenaar dat 33% van de winkelruimte zou zijn verdwenen in 2015.<sup>1</sup> En dat in 2015 meer dan 25% van de winkels leeg zou staan. Quix beweerde in 2014<sup>2</sup> dat er in de periode 2008–2014 22.000 winkels verdwenen zouden zijn.

Maar kloppen deze beweringen eigenlijk wel? Nou nee, niet dus. Quix bijvoorbeeld zat er zestienduizend winkels naast. Er zijn in de door hem genoemde periode 6.000 winkels verdwenen. En geen 22.000. En Molenaar zag niet aankomen dat er – ook in crisistijd – zelfs metrage winkelruimte is bijgekomen. In dit artikel wordt dit aangetoond.

Maar de media zijn dol op dit soort rampspoedverhalen. Is het einde van winkels inderdaad nabij? Zijn er inderdaad al meer webwinkels dan fysieke winkels?<sup>3</sup> Het antwoord is nee. En daarbij: de meeste webwinkels blijken ook nog eens verlieslatende zolderkamerbedrijfjes met een omzet van een paar duizend euro per jaar te zijn.<sup>4</sup>

## MAAR OOK BERICHTEN VAN GERENOMMEERDE CLUBS

Nu kun je dit soort onheilstjdingen kenschetsen als de meningen van mensen die tamelijk extreme berichten de wereld insturen. Maar recentelijk zijn er ook van gerenom-

Leegstand. Winkelleegstand. Het nationale winkelleegstandsprobleem. Dat klinkt heftig. Maar waar hebben we het dan eigenlijk over?



meerde clubs – zoals het Planbureau voor de Leefomgeving, het PBL – winkelleegstandscijfers naar buiten gekomen. En ook het vermaarde CBS doet een duit in het winkelleegstandszakje.<sup>5</sup> PBL, net als CBS, komt met cijfers die op hoge percentages leegstand lijken te wijzen (landelijk ruim 10%).<sup>6</sup> PBL zit daarmee een procent of 3 boven de officiële cijfers van Locatus (zo'n 7%). En een initiatief als de Retailagenda (waaraan gerenommeerde partijen als NRW, IVBN en Ministerie van EZ meedoen) heeft het zelfs over 11% leegstand. Daarbij maakt de Retailagenda dan een wonderlijke draai door te claimen dat er overal 20% uit de markt genomen moet worden. 20% uit de markt? Echt? Nee, toch? Wij denken toch echt van niet. Zoals al eerder gesteld in het artikel 'Waarom de Retailagenda soms geen goed idee is?'

Winkelleegstand leeft dus onder de mensen. Onder de deskundigen. Maar ook onder de consumenten. Die door al die ramspoedverhalen gaan geloven dat Armageddon echt nabij is. Des te meer reden om de feiten boven tafel te krijgen. Feiten die er al lang zijn. Maar die niet door iedereen als zodanig worden gebruikt. En waardoor er verkeerde besluiten genomen worden. Besluiten die niet op die feitelijke gegevens zijn gebaseerd.

#### DAAROM DUS: DE FEITEN

Locatus houdt al jaren op gestructureerde wijze gegevens bij van in principe alle permanent gevestigde horeca- en winkelvoorzieningen in Nederland. Aanvankelijk werd gestart met een overzicht van alle supermarkten (circa 6.000). Vervolgens werd de database uitgebreid met alle winkels van ketenorganisaties (circa 60.000) en hun hoofdkantoren. Uiteindelijk is dit bestand de basis geweest voor de Locatus Online Database.

Sinds januari 1997 wordt het bestand – in het veld – door een team van professionele buitendienstmedewerkers gecon-

troleerd en bijgehouden. Zo wordt in winkelgebieden elk retailpand in Nederland minimaal één keer per jaar gecontroleerd. En wordt er gekeken of het pand gevuld is met een winkel, horecavoorziening of dienst. Of dat het pand juist leegstaat. Daarnaast worden ook – via persberichten, vakbladen en websites – aanvullende checks gedaan. Dit doet het bedrijf eenduidig en door de jaren heen op dezelfde wijze. Waardoor er nooit meer misverstanden kunnen ontstaan. Vergelijkingen door de tijd, naar regio en/of type winkelgebied, kunnen daarmee probleemloos worden gemaakt.

#### CBS

Het CBS kent sinds kort ook een leegstandsmonitor. Nu is het CBS een instituut van statuur. Maar als het gaat om de verzameling van leegstandscijfers lijkt het CBS de plank mis te slaan.

De belangrijkste bron voor het CBS is het Handelsregister van de Kamer van Koophandel. Deze gegevens zijn naar onze mening ongeschikt voor dit doel. De belangrijkste redenen daarvoor zijn:

- Er is geen verplichting om het adres van de inschrijving ook te hebben op het adres waar de winkel- of horeca-activiteit zit. Veel kleine ondernemers vinden het makkelijker om het inschrijfadres op hun huisadres te hebben. De panden waar daadwerkelijk de activiteit plaatsvindt worden dan door het CBS onterecht op leegstand gezet.
- Ketens met meerdere vestigingen hoeven niet perse voor elk filiaal een inschrijving in het Handelsregister te hebben. Opnieuw zorgt dit voor onterechte leegstand.
- Ondernemers die vrijwillig hun bedrijf beëindigen hebben geen verplichting zich uit te schrijven uit het Handelsregister. Het Handelsregister zit daardoor vol met slapende ondernemers. Dit zorgt dan weer voor onterechte vulling.

→

#### BEREKENING LEEGSTAND DETAILHANDEL

Binnen de 'categorie Leegstand' is de verhouding in Nederland tussen detailhandel en niet-detailhandel ongeveer fifty-fifty (aantal panden). De panden in de detailhandel zijn echter groter dan de panden in de niet-detailhandel. Om de leegstandsoppervlakte per groep te berekenen wordt de gemiddelde grootte van de leegstaande panden berekend en als factor gebruikt. Voorbeeld berekening leegstandspercentage [winkelverkoopvloeroppervlakte]

Op 1 januari 2017 bedraagt het aantal m<sup>2</sup> leegstand 3.510.316. In de totale detailhandel (inclusief leegstand) bedraagt het oppervlak 31.153.153 m<sup>2</sup>. De berekening ziet er als volgt uit:

$$[2/3 * 3.510.316] / [31.153.153 - (1/3 * 3.510.316)] = 7,8\%$$

Indien de cijfers op deze manier worden berekend is een gedegen basis gelegd voor een juiste vergelijking en beslissing over winkelvastgoed. N.B.: op 1 oktober 2017 was de leegstand al gedaald tot 7,3%.

**EN WAT IS LEEGSTAND DAN WEL? DE DEFINITIE**

Leegstandcijfers worden veelal gebruikt om een indruk te krijgen van een winkelgebied of om een keuze te maken voor een nieuwe locatie. Het is daarom essentieel dat helder is welke definitie voor leegstand gebruikt wordt. Deze definitie luidt: “Een pand wordt als leegstand geregistreerd indien het redelijkerwijs de verwachting is dat in het (leegstaande) pand een verkooppunt in de detailhandel, horeca of consument gerichte dienstverlening zal terugkomen. Daarnaast geldt dat – binnen een winkelgebied –:

- Het pand al als winkel in gebruik was en nu daadwerkelijk leeg staat, of;
- dat het pand op het moment niet meer als winkel of horeca in gebruik is, maar op het pand wel staat aangegeven dat het te koop/te huur is (als verkooppunt).

Buiten winkelgebieden moet het volgende gelden:

- Er moet een verkooppunt ingezet hebben én er moet daadwerkelijk te koop/te huur of verkocht/verhuurd op het pand staan”.

**LEEOSTAND NAAR VERKOOPPUNT OF LEEOSTAND NAAR METRAGE (WINKELVERKOOPVLOEROPPERVLAK)**

Ook als de definitie van leegstand helder en bekend is, is het daarbij tevens van belang om te weten of er wordt gesproken

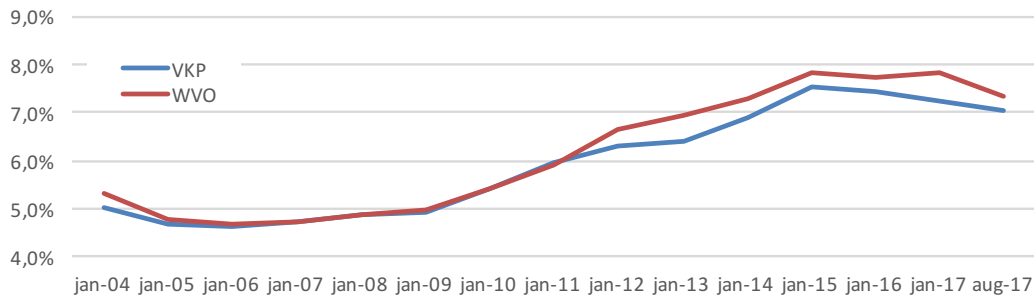
over leegstand in aantal panden of leegstand in vierkante meters WVO (WinkelVerkoopvloerOppervlak). Zo heeft het faillissement van V&D in 2016 indertijd gezorgd voor 64 leegkomende panden. Op een totaal van ruim 220.000 panden was dit aantal te verwaarlozen. Er kwam echter ook ruim 350.000 vierkante meter leeg. En met in totaal 30 miljoen vierkante meter tikt dat wél aan. En is het een toename van meer dan één procent.

**LEEOSTAND NAAR WINKELVERKOOPVLOEROPPERVLAK**

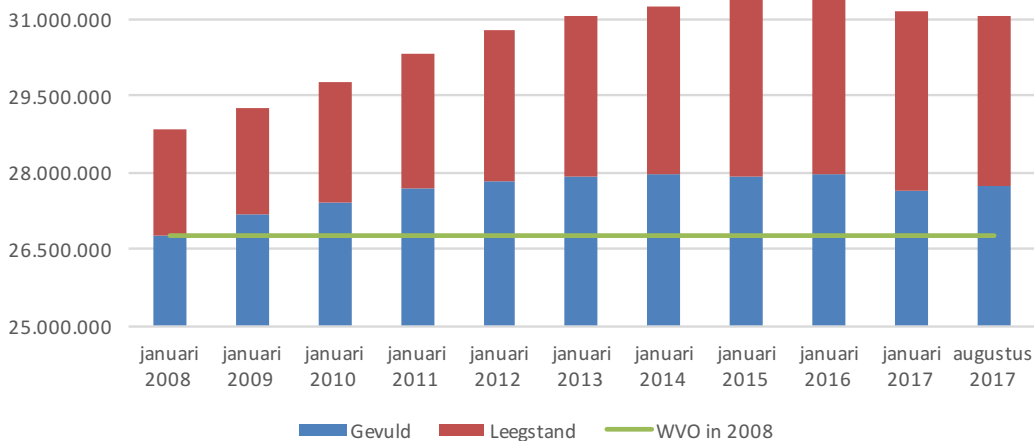
Onder winkelverkoopvloeroppervlak wordt verstaan: “Het oppervlak van een (winkel)unit dat voor het publiek vrij toegankelijk – dan wel zichtbaar – is; inclusief de ruimten die direct met de verkoop samenhangen”.

En juist over de leegstandsmeters is discussie. Locatus registreert alleen van de detailhandel (winkels) de oppervlakte. Van horeca en dienstverlening is nog niet van alle panden een oppervlakte beschikbaar. Van elk leegstaand pand is echter nu wél een oppervlakte beschikbaar. Maar: we kunnen dus niet zomaar de leegstandsmeters delen door het onvolledige totaal aantal meters. Daar moet een correctie voor plaatsvinden. In het kader ‘Berekening leegstand’ wordt de methode van Locatus uitgelegd.

Figuur 1: Procentuele leegstand



Figuur 2: Winkelvloeroppervlak in m²





## Op goede plekken ontstaat een tekort aan grote winkelunits

Het PBL hanteert een andere methode en komt daarmee ook op andere percentages uit. Uiteindelijk zijn twee verschillende percentages onwenselijk en bovendien moet de berekening geen benadering zijn, maar een daadwerkelijk berekend getal worden.

Locatus is daarom drukdoende voor alle branches oppervlaktes te verzamelen om zo tot een werkelijk leegstandspercentage te komen in plaats van een benaderd percentage. In het voorjaar van 2017 is gestart met de horeca en worden deze cijfers ook door het veldwerkteam gecontroleerd en verbeterd. Met behulp van het BAG (Basisregistraties Adressen en Gebouwen), de Goadplans en andere bronnen zijn inmiddels ook oppervlakten berekend voor de andere panden. Om zo een eerste berekening van het werkelijke leegstandspercentage te kunnen doen. De eerste resultaten lijken erop te wijzen dat het leegstandspercentage behoorlijk naar beneden kan worden bijgesteld. De leegstand zal daardoor niet hoger, maar lager uitvallen.

Verderop in dit artikel komen wij hierop terug.

### FEITEN EN CIJFERS OVER DE RETAIL, DE VOORRAAD EN DE LEEGSTAND VAN VERKOOPPUNTEN

In Nederland waren er op 1 augustus 2017 in totaal ruim 220.000 retailpanden (winkels, maar ook horeca, leisure, dienstverlening, garages/showrooms en tankstations). Ruim 15.000 panden stonden leeg. De leegstand naar verkooppunten bedraagt dus precies 7,0%.

Het aantal winkelverkooppunten neemt gestaag af, van 107.000 in 2004, naar 95.000 nu. Het aantal panden in de horeca en leisure neemt echter toe, waardoor de totale voorraad in de retail nagenoeg gelijk is gebleven. Daarbij worden winkels steeds groter, dus het aantal vierkante meters aan winkels is de laatste jaren juist sterk toegenomen.

De leegstand is na het uitbreken van de bankencrisis sterk gestegen, grofweg van 5% naar 8%. De leegstand is echter de laatste jaren ook weer gestaag aan het dalen, naar 7,0% (verkooppunten) en 7,3% (metrage). Zie ook grafiek 1.

### WINKELVOORRAAD

Kijken wij naar de ontwikkeling van het aantal winkelmeters – dus de totale winkelvoorraad in vierkante meters –, dan zien we dat dit aantal nog tot 2014 toenam. Om vervolgens twee jaar stabiel te blijven. Sinds 2016 is het totale oppervlakte aan winkels licht aan het dalen. Zie ook grafiek 2.

Splitsen we dit uit naar gevulde en leegstaande meters, dan zien we dat – ondanks de toenemende leegstand en een afnemend aantal winkels – de totale winkelvoorraad in Nederland is toegenomen met ongeveer 2,3 miljoen vierkante meter. Op dit moment zijn er 1 miljoen meer gevulde winkelmeters dan dat er op 1 januari 2008 waren. De leegstand is in dezelfde periode echter ook toegenomen en er staat nu ruim 1 miljoen vierkante meter meer leeg dan in 2008.

Het aantal winkels neemt de laatste jaren gestaag af. In 2004 werden nog ruim 107.000 winkels geregistreerd. Op dit moment zijn dat er nog 95.000. Dat betekent dat er jaarlijks zo'n 1.000 winkels verdwijnen. Uit de voorgaande grafiek bleek echter ook dat het aantal meters niet afneemt. Dus een groot deel van het verdwijnen van winkels wordt gecompenseerd door schaalvergroting. Het is een feit dat sinds 2008 – het begin van de crisis – het winkelvloeroppervlak met 8% is gestegen (31,1 miljoen/28,8 miljoen). Sinds 2011 – het jaar waarin Molenaar voorspelde dat er binnen vijf jaar ongeveer 33% WVO zou verdwijnen – is het winkelverkoopvloeroppervlak echter met 3% gestegen.

**Was het winkelvloeroppervlakte dus niet toegenomen tijdens de crisis, dan zou de landelijke leegstand dus theoretisch gezien rond de 'o' uitkomen (gerekend vanaf 2008) of op 4% vanaf 2011 (een gezond frictieleegstandspercentage). Dat duidt erop dat het leegstandspercentage (nu de winkelvoorraad licht daalt) snel naar beneden zal gaan. En dat er op goede plekken dus een tekort aan (grote) winkelunits ontstaat.**

In tegenstelling tot de aantallen winkels, zit het aantal vestigingen van horeca en dienstverlening juist in de lift. Een groot deel van de verdwenen winkels wordt dan ook weer ingevuld door horeca of dienstverlening. Het gevolg van deze beide trends is dat sinds 2011 er meer verkooppunten in de horeca en dienstverlening zijn dan in de detailhandel (winkels).

### HORECA TER VERVANGING VAN WINKEL?

Eerder is al geconstateerd dat het aantal winkels in Nederland aan het dalen is (al geldt dat niet voor het metrage winkels). Daar staat echter tegenover dat het horeca-aanbod en de dienstverlening in aantal panden stijgt. De verblijfsfunctie van een winkelgebied wordt dus steeds belangrijker.

### ONTWIKKELINGEN PER PROVINCIE

In grafiek 4 ziet u de leegstand (naar verkooppunten) per provincie in oktober 2017 ten opzichte van januari 2015. Vrijwel overal neemt de leegstand sterk af. Juist ook in de provincies waar de leegstand het hoogst is. →

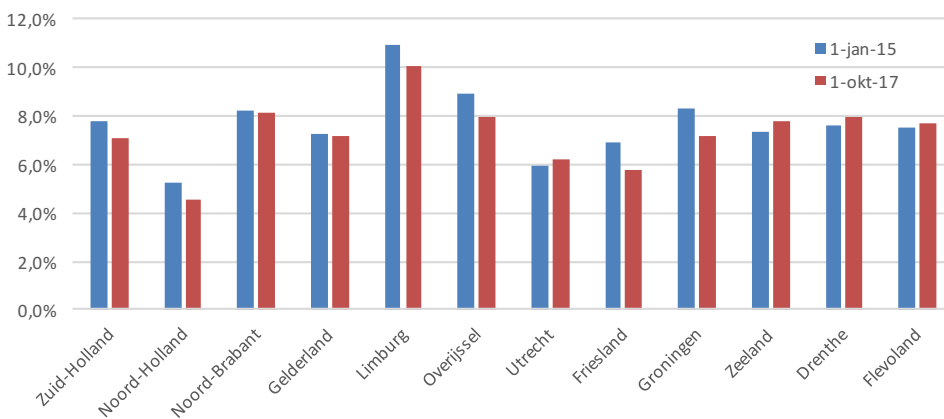
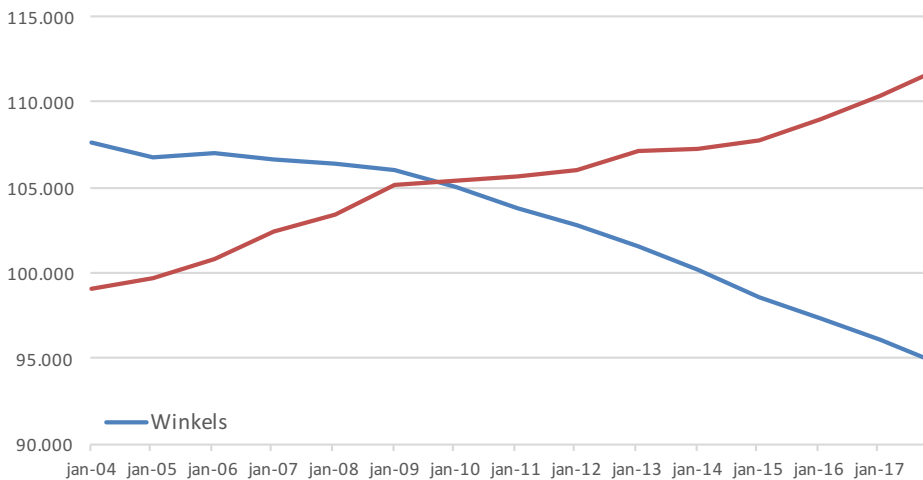
**DE ONTWIKKELINGEN NAAR SEGMENT**

De leegstand is vooral terug te vinden op de slechtere (B- en C-) locaties. Al nam op toplocaties leegstand de laatste jaren wel iets toe (en neemt deze op dit moment ook weer iets af; dit is onder andere het gevolg van het V&D-effect, waarbij sommige panden weer gevuld worden). Zie hiervoor ook figuur 5.

**DE TOEKOMST**

Met een aanhoudend economisch herstel is te verwachten dat de daling van de leegstand nog wel even door zal zetten. Enerzijds nemen de bestedingen toe. Waardoor er minder faillissementen en winkelsluitingen zullen komen. Anderzijds zorgt de druk op de woningmarkt ervoor dat panden die leeg komen - daar waar mogelijk - nog sneller zullen worden omgebouwd tot woningen.

In een aantal middelgrote steden blijft de leegstand nog steeds relatief hoog. Daar waar de leegstand in het stadscentrum heel hoog is (in steden als Schiedam, Almelo, Geleen) en het ernaar uit ziet dat een gedeelte hiervan structureel van aard is, is het wenselijk dat er gesaneerd gaat worden. Daar staat echter tegenover dat er in veel grote steden, sprake is van een ongezond lage leegstand. Daar is ruimte voor het ont-



*De heersende trend is dalend. Fors dalend*

wikkelen van nieuwe meters. Anders is er geen sprake meer van een gezonde marktdynamiek.

**VERSCHIL MET DEFINITIE PBL**

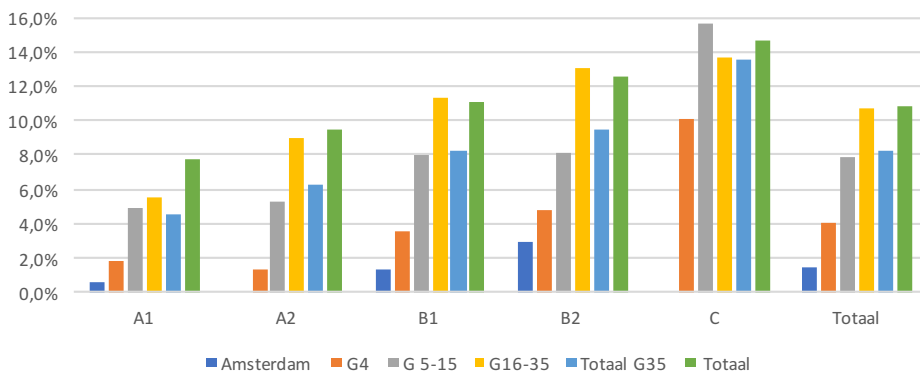
Eerder in dit hoofdstuk werd al gesproken over de problemen bij de berekening van leegstand in vierkante meters. Zowel Locatus als het PBL hebben een methode bedacht om het probleem van de missende horeca en dienstenmeters te ondervangen. Dat leidt tot soms behoorlijke verschillen.

Wij willen uiteindelijk naar een definitieve oplossing waarbij we de juiste leegstandsmeters kunnen berekenen zonder discussies over definities. De enige manier om dat te doen is het vervolledigen van de Locatus database met meters voor alle sectoren. Inmiddels is van 85% van de panden een oppervlakte bepaald. De resterende 15% zal begin 2018 worden bepaald. Voor dit artikel hebben we voor deze 15% nog onbekende panden een oppervlakte geschat. Dat hebben we vooral gedaan door een koppeling te leggen met het BAG en - daar waar mogelijk - het oppervlak van het BAG-pand over te nemen. Dat is echter een bruto oppervlak. Niet alle bruto ruimte wordt winkelruimte, er is bijvoorbeeld ook een magazijn en ruimte voor het personeel. Van het BAG-oppervlak is dus 80% gedefinieerd als WVO, een alleszins redelijke inschatting.

In totaal komt de voorraad retail daarmee in Nederland op bijna 48 miljoen vierkante meter. Daarvan staat 3,3 miljoen vierkante meter leeg, dus 6,9%.

Figuur 3: Aantal verkooppunten detailhandel versus horeca en diensten (2004-nu)

Figuur 4: Leegstand naar provincie



Figuur 5: Leegstand naar segment, locatie en naar grootte van de stad, 2017

Dat is iets lager dan schatting volgens de Locatus methode (7,3%) en fors lager dan de laatste cijfers van het PBL (ruim 9%, in 2016 nog 10%).

De laatste jaren is het aantal winkelmeters licht aan het dalen. Met een aantrekkende economie valt te verwachten dat de komende jaren het aantal meters wel weer iets zal gaan stijgen. De groei zal echter niet de omvang krijgen die het had aan het begin van deze eeuw.

#### TOEKOMSTVOORSPELLING LEEGSTAND EN VOORRAAD

Wij verwachten een verdere daling van de leegstand. Uiteraard zou een eventueel faillissement van een grote keten invloed hebben. Maar vergis je niet, de grootste ketens zouden slecht 0,2 of 0,3% leegstand toevoegen. De heersende trend is echt dalend. En fors dalend. Op goede plekken is er al een tekort aan winkelruimte. Zoals in de grotere binnensteden. En in sterke regionale winkelgebieden zoals Stadshart Amstelveen. Natuurlijk zijn er ook zorgen. In kleinere middelgrote steden. In kleinere stadsdeelcentra. En in wijk- en buurtcentra.

Maar al met al is de verwachting dat de leegstand weer terugkomt op het frictieniveau. En denken wij dat de totale voorraad hooguit heel licht zal dalen (of - vrijwel - constant

**Belangrijk is: stem het aanbod af op de vraag**

zal blijven of misschien wel licht gaat stijgen). Weten wij dat zeker? Nee, dat niet. Maar het lijkt die kant op te gaan. Winkelleegstand is in ieder geval geen nationaal probleem. Maar winkelleegstand is soms wel een lokaal probleem.

#### CONCLUSIES EN VERDERE TOEKOMSTBESPIEGELINGEN

Waarom is er zoveel paniek als het om winkelleegstand gaat? Bijvoorbeeld zich uitend in de Retailagenda? Natuurlijk zijn

er aandachtspunten. Aandachtsregio's. En aandachtssteden en -dorpen. Maar dat was altijd al zo. Door de crisis – in combinatie met demografische ontwikkelingen en te veel ontwikkelingen op plekken waar bevolking krimpt – is de leegstand tijdelijk opgelopen. Internet heeft hier maar een zeer beperkte invloed op gehad. Maar de leegstand neemt op dit moment in rap tempo af.

Belangrijk is: stem het aanbod af op de vraag. Zo moeten er meer grote winkelunits komen op de goede plekken. Voor bijvoorbeeld buitenlandse retailers. Dat houdt dus in dat er sprake zal moeten zijn van samenvoeging van winkelunits. En van herverkaveling. Kleinere winkels voor zelfstandigen vind je nog steeds in de aanloopmilieus. In Amsterdam bijvoorbeeld in de Kinkerstraat en de Van Woustraat. In Rotterdam in de Witte de Withstraat en de Meent. En in Utrecht in de Voorstraat. Verder moet voldoende winkelruimte gecreëerd worden in de betere wijkwinkelcentra. Zodat meer en grotere supermarkten zich kunnen vestigen. Want fysieke supermarkten groeien als kool (zie ook het Straborapport<sup>8</sup>).

En zo zijn we altijd bezig. Maar om nou te zeggen dat wij een landelijk probleem hebben? Nee. En om nou te zeggen dat de toekomst met name somber is? Nee. Er is meer sprake van een afstemmingsprobleem en een reguleringsprobleem dan van een leegstandsprobleem. Hef bijvoorbeeld alle barrières op als het gaat om het verschil tussen horeca en winkels. Laten we nu eindelijk gaan kijken naar de kansen die er liggen. In plaats van de leegstandsproblematiek dood te analyseren. ←

#### OVER DE AUTEURS

Drs. Hans P. van Tellingen is algemeen directeur van winkelcentrumonderzoeker Strabo bv ([www.strabo.nl](http://www.strabo.nl)). Hij is hoofdauteur van *#WatNouEindeVanWinkels*. Hans werkt momenteel met mede-auteurs aan *#WatNouEindeVanWinkels deel 2: De Gouden Eeuw van de Winkel*. Reacties?: [vantellingen@strabo.nl](mailto:vantellingen@strabo.nl) / 020 6260817 / 06 54348080 / Twitter: @hansvantelling

Drs. Gertjan Slob is directeur onderzoek bij Locatus. Regelmatig blogt hij over de actuele stand van zaken in de retail. [www.locatus.com/blog-overzicht](http://www.locatus.com/blog-overzicht). Reacties?: [gertjan.slob@locatus.com](mailto:gertjan.slob@locatus.com) / 06 21553097

#### BRONNEN

- 1 'Een op de drie winkels verdwijnt'. In: *Erasmus Magazine*, 4-1-2012.
  - 2 Jeroen Schutijser, 'Sinds begin crisis 22.000 winkels minder'. In: *NOS.nl*, 22-12-2014.
  - 3 'Voor het eerst meer webwinkels dan fysieke winkels in Nederland'. In: *Nu.nl*, 22-8-2015.
  - 4 Tadek Solarz, 'Meer dan de helft van de pure players is waarschijnlijk een hobbyproject'. In: *tadeksolarz.blogspot.nl*, 20-4-2017.
  - 5 'Leegstand van winkels, 2004-2016'. In: *Compendium voor de Leefomgeving*, 8-9-2016.
  - 6 'Winkelleegstand stijgt tot boven de 10%'. In: *www.pbl.nl*, 8-9-2016.
  - 7 Hans van Tellingen, 'Waarom de Retailagenda soms geen goed idee is'. In: *Shopping Centre News* 2017, 1, pp. 42-44.
  - 8 Strabo, *Online supermarktomez op waarde geschat*. 2016.
- *Leegstandsrapport Winkelleegstand 2017*. Locatus, 2017.
  - Detailhandel, *Kiezen voor het kloppend hart*. 2017.
  - Presentatie Peter Nieland, feiten en fabels, 2017
  - Locatus Online Database
  - *Sprekende Cijfers, Winkelmarkten*. Dynamis, 2017