

Onderzoek naar marktpositie zelfstandige winkelier in wijkwinkelcentra

Winkelier ziet meer omzet in meer vierkante meters

Tijdens het congres Dynamische Winkelplanning van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) in januari 2008 werd duidelijk dat de winkelmarkt schreeuwt om vernieuwing. Niet alleen maar doorgaan met nieuwe meters toevoegen, maar ook saneren. Nieuw voor oud is de strijdkreet van het HBD en midden- en kleinbedrijf. Terecht, zo wijzen de statistieken uit. De winkelvoorraad in Nederland nam het afgelopen decennium toe met 64 procent. De bestedingen van de consument stegen 'slechts' met 10 procent. Het inwonertal stabiliseert en zal in de nabije toekomst afnemen. Kortom, het knelt op de winkelmarkt. Vloerproductiviteiten staan onder druk en verschralling van het winkelaanbod dreigt. De huidige winkelplanning moet tegen het licht worden gehouden en het is de vraag welke winkelmeters daadwerkelijk meerwaarde hebben. Om deze vraag te beantwoorden nemen de auteurs Nicole Budé, Ingrid Janssen en Jeroen van der Weerd de positie van de zelfstandige winkelier onder de loep in de wijkwinkelcentra.

Dat de positie van de zelfstandige winkelier onder druk staat is oud nieuws. Het grootwinkelbedrijf neemt in omvang snel toe en vaart wel bij de verruiming van winkeltijden, veranderingen in koopgedrag van consumenten en de voortdurende branchevervaging en schaalvergroting in de detailhandel. Hoe ziet de zelfstandige winkelier zijn positie nu en in de toekomst en op welke manieren kunnen vastgoedpartijen de zelfstandige winkeliers faciliteren in hun bedrijfsvoering? Deze vragen vormden de rode draad in het afstudeeronderzoek dat Nicole Budé voor de afronding van haar studie Real Estate Management & Development (TU Eindhoven) heeft verricht bij Strabo. Op basis van een uitvoerige studie naar de huidige positie van de zelfstandige winkelier in het wijkwinkelcentrum, komt zij tot handreikingen voor de vastgoedmarkt die kunnen bijdragen aan versterking dan wel handhaving van de positie van de zelfstandige winkelier in het wijkwinkelcentrum. Voor dit onderzoek zijn verdeeld over vijf wijkwinkelcentra, tientallen zelfstandige winkeliers ondervraagd. Hoewel de steekproef te beperkt is om algemene uitspraken te kunnen doen over de zelfstandige winkelier in wijkcentra, geven de uitkomsten toch een interessante kijk op hun huidige marktpositie.

Geen gebrek aan ondernemerschap

Uitzonderingen daargelaten valt de zelfstandige winkelier weinig gebrek aan ondernemerschap te verwijten. Desondanks had deze volgens het HBD over heel 2007 te maken met een omzetverlies van 3,5 procent, terwijl de omzet in het derde kwartaal van 2007 in de totale detailhandel in vergelijking met dezelfde periode in het jaar daarvoor toenam met 2,5 procent. De zelfstandige winkelier is dus niet te benijden. Werkweken van 80 uur of meer, achtervolgende jaren met teruglopende omzetten maar oplopende huurlasten en als klap op de vuurpijl ongebreidelde toevoeging van nieuwe winkelmeters waardoor zelfstandigen met een winkelpand in eigendom hun pensioen zien verdampen. Het totale winkelvloeroppervlak in wijk- en buurtcentra nam de afgelopen vijf jaar toe met ongeveer 10 procent. Desondanks nam in dezelfde periode het winkelvloeroppervlak van de zelfstandige winkeliers in wijk- en buurtcentra af volgens cijfers van Locatus met 7 procent. Er is sprake van een forse afname van het aantal winkels dat wordt gerund door zelfstandige ondernemers. Het HBD becijferde dat jaarlijks 6 procent van het aantal groentewinkels de deuren sluit. Bij de zelfstandige slagers ligt dit aandeel met ruim 10 procent nog aanzienlijk hoger (inclusief degenen die aanhaken bij een samenwerkingsvorm).

Ook de vloerproductiviteit van de zelfstandige winkelier staat onder druk. Bij stagnerende omzet en teruglopende marges is de noodzaak tot efficiëntie groot. Dit vertaalt zich doorgaans in een toename van de omzet per vierkante meter. Zo niet bij de gemiddelde zelfstandige winkelier in het wijkwinkelcentrum. Deze paradox wordt voor een belangrijk deel veroorzaakt door schaalver-

groting. Bij teruglopende marges en oplopende kosten (vooral huur en personeel), streven winkeliers vaak naar schaalvergroting in termen van totale bedrijfsomzet. Men tracht meer omzet te realiseren door een verkoopgerichte bedrijfsstrategie: meer fysieke ruimte om meer bedrijfsactiviteiten te ontplooiën. Dit betekent meer publiek in de winkels dat zich meer kan bewegen en oriënteren in de winkel wat moet leiden tot een hogere omzet. Uit het onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat ongeveer een derde van de ondervraagde winkeliers naar grotere bedrijfsruimte streeft ondanks hun benarde marktpositie. Deze winkeliers zien meer vloeroppervlak als de sleutel tot omzetsijging en nemen hogere huurkosten op de koop toe.

Schaalvergroting

Schaalvergroting werkt dus schaalvergroting in de hand. Dankzij veranderend koopgedrag van de consument, verruimde winkeltijden, technologische vooruitgang en branchevervaging wint het grootwinkelbedrijf aan terrein. De kleinere speciaalzaken vallen om of zien op hun beurt schaalvergroting eveneens als sleutel tot meer omzet en behoud van de marktpositie. Is het dan alleen maar kommer en kwel? Wel nee, zo blijkt uit het onderzoek. Ruim 80 procent van de ondervraagde winkeliers zegt juist te maken te hebben met een positieve omzetonwikkeling. Het lijkt erop dat in de onderzochte winkelcentra sanering onder de zelfstandige winkeliers al heeft plaatsgevonden. Verder geeft 'slechts' een op de drie winkeliers aan in hun bedrijfsvoering hinder te ondervinden van de opmars van het grootwinkelbedrijf. Belangrijk voor de zelfstandige is om continu in de spiegel te kijken. Past mijn locatie bij mijn bedrijfsstrategie? Hoe buig ik veranderingen in de markt om in kansen? Ook dit beeld komt naar voren uit het onderzoek. Maar liefst 43 procent van de ondervraagde winkeliers ervaart veranderingen in koopgedrag van consumenten als 'belemmering' bij de bedrijfsvoering. Daar staat tegenover dat vrijwel alle winkeliers die hun omzet de afgelopen drie jaar zagen stijgen, aangaven continu bezig te zijn met vernieuwing. In een aantal gevallen ging het om aanpassingen in het assortiment. Sommige wisten dankzij uitbreiding of relocatie een negatieve omzetonwikkeling om te buigen en plukken nu de vruchten van investeren en innoveren.

Scenario's

Hoe ziet de positie van de zelfstandige winkelier er in de toekomst uit? En welke rol is hierbij weggelegd voor de vastgoedmarkt om de zelfstandige speciaalzaak te behouden voor het wijkwinkelcentrum? Het onderzoek mondt uit in een aantal mogelijkheden, waarvan de eerste twee met een sterke vastgoedcomponent. In het eerste scenario ondersteunt de vastgoedpartij (belegger, beheerder of ontwikkelaar) de zelfstandige winkelier als er behoefte bestaat aan een groter winkelvloeroppervlak, bijvoorbeeld door uitbreiding van het winkelpand (voor zover mogelijk) of door relocatie binnen het winkelcen-

trum. Te vaak krijgt de zelfstandige winkelier een locatie in het wijkwinkelcentrum die niet optimaal is. De locaties met de beste standkwaliteit worden vergeven aan de minder risicovolle, grotere winkelketens met veel onderhandelingskracht. De zelfstandige winkelier, die het juist van 'de loop' moet hebben, komt zodoende op de tweede plaats. Een zorgvuldig gekozen locatie van de zelfstandige winkelier draagt bij aan een evenwichtiger en afwisselend branchepatroom voor het wijkwinkelcentrum als geheel. In het tweede scenario staat het huurprijsniveau centraal. Hierbij wordt niet zozeer bedoeld op huurprijsherzieningen maar meer op nieuwe huurvormen. Zo kunnen de mogelijkheden voor omzethuur worden bekeken. Een mogelijkheid is een combinatie van een vaste basishuur met een deel omzethuur. Bijkomend voordeel is dat zowel de ondernemer als de vastgoedpartij een gemeenschappelijk doel hebben: het optimaal bedrijfseconomisch functioneren van de winkel. In het kader van omzethuur vertonen de ondervraagde winkeliers over het algemeen een aanzienlijke mate van koudwatervrees; 86 procent zag weinig in een omzetgerelateerde huurvorm. Opvallend is dat slechts een enkele ondernemer de vertrouwelijkheid van zijn omzetgegevens als reden aangaf. Een ander argument dat werd aangevoerd is dat ondernemers er de voorkeur aan geven een vaste huurlast te betalen, zodat helder is waar men qua kosten aan toe is. Dit zou er op kunnen duiden dat onder ondernemers nog veel onduidelijkheid bestaat over de mogelijkheden van omzethuur. Dit biedt kansen voor

Schaalvergroting leidt tot schaalvergroting

partijen op de vastgoedmarkt om de prestaties van winkelcentra transparanter te maken en nog eens bovenaan de agenda te zetten. Om te beginnen bij de ondernemers die wel zijn geïnteresseerd in omzethuur (de overige 14 procent uit het onderzoek). Deze groep, was opvallend genoeg, de groep ondernemers die tevens aangaf te maken te hebben met een positieve omzetonwikkeling. Een mogelijke lagere huur lijkt voor ondernemers dus geen motief te zijn juist te pleiten voor omzetgerelateerde huur.

Het derde scenario gaat ervan uit dat zelfstandige winkeliers zich in de toekomst meer zullen aansluiten bij samenwerkingsvormen. Ruim een derde (35 procent) van de ondervraagde winkeliers geeft aan plannen te hebben zich aan te sluiten bij een samenwerkingsvorm. De inkoopvereniging heeft hierbij de voorkeur. Voor de consument verandert er niets: voor het oog blijft sprake van een speciaalzaak maar voor de winkelier kan er sprake zijn van flinke schaalvoordelen. Hierdoor kan bijvoorbeeld budget worden vrijgemaakt voor marketingactiviteiten die het functioneren van de winkel naar een hoger plan kunnen trekken.

Het laatste scenario behelst de toenemende behoefte van consumenten aan maatwerk. Het grootwinkelbedrijf rukt op en de consument wordt overspoeld door goedkopere massaproducten. De consument laat zich niet uitsluitend leiden door prijs, maar hecht in de toekomst steeds meer waarde aan ambachtelijke producten. Dit biedt kansen voor de speciaalzaak. Hetzelfde geldt voor gezonde producten. Waar bakkers, slagers en groenteboeren omvallen of de broekriem flink aantrekken, vieren de viswinkels en reformza-



Winkelcentrum Lange Voort in Oegstgeest huisvest een groot aantal zelfstandige winkeliers

ken hoogtijdagen dankzij de toenemende behoefte aan gezonde producten. Een steeds groter wordende groep consumenten weigert voedsel te eten met conserveringsmiddelen, pesticiden en kleurstoffen. Dit biedt mogelijkheden voor bijvoorbeeld reformzaken en de verwachting is dat deze winkels de komende jaren steeds meer te zien zullen zijn in de wijk- en buurtwinkelvoorzieningen. Ook in de niet-dagelijkse sector biedt de markt nog volop kansen voor specialisatie en maatwerk. Denk hierbij bijvoorbeeld aan een houten speelgoedzaak of atelier- cq hobbywinkel. Dergelijke speciaalzaken hebben, door hun specialistische karakter, ook nog eens een groot verzorgingsbereik. Daarnaast maakt dit type ondernemer prima gebruik van de combinatie tussen fysieke en virtuele winkel. Voor winkels die de consument iets unieks kunnen bieden, iets dat past bij zijn beleving, is altijd plaats.

Speerpunten

Een van de speerpunten in de discussie over een dynamische winkelplanning is een halt toe te roepen aan de voortschrijdende verschralling van het winkelaanbod. Met de opmars van het grootwinkelbedrijf in combinatie met schaalvergroting, dendert de kwaliteit van het winkelaanbod (vooral in de dagelijkse sector) achteruit. De ambitie van dynamische winkelplanning moet zijn om de kwaliteit van het winkelaanbod prioriteit te geven boven kwantiteit vertaald naar winkelmeters. Dit laatste heeft op dit moment te veel de overhand. De positie van de zelfstandige winkelier moet niet worden onderschat. Begin februari 2008 pleitten de brancheorganisaties van versspeciaalzaken nog voor meer vestigingsmogelijkheden voor hun achterban. De vastgoedmarkt kan hieraan een belangrijke bijdrage leveren door de positie van speciaalzaken in het winkelcentrum te versterken. Dit type detailhandel kan (mits goed ondersteund) snel innoveren en anticiperen op veranderend koopgedrag en zorgt voor onderscheidend vermogen van het winkelvastgoed te midden van het opkomende grootwinkelbedrijf. Dynamische winkelplanning anno 2008 moet verder gaan dan de bekende vierkantemeterdiscussie. Uitgangspunt moet zijn: creëer meters met meerwaarde!

NICOLE BUDÉ, INGRID JANSSEN EN JEROEN VAN DER WEERD

Nicole Budé is werkzaam als junior projectontwikkelaar bij 3W Vastgoed. Ingrid Janssen is als universitair docent verbonden aan de Technische Universiteit Eindhoven. Jeroen van der Weerd is werkzaam als senior projectleider bij Strabo.