

'Juiste mix van winkels is cruciaal'

Per stad en gebied zijn er in de noordelijke regio grote verschillen, zo is de mate waarin winkelruimte gemakkelijk te verhuren of te verkopen is per stad anders. Maar overall is de trend duidelijk: de binnenstadscentra moeten compacter en leuker worden, de juiste mix van winkels is cruciaal. **Bauke Wierda:** 'Jarenlang zijn de verschillende stadscentra uitgebreid met nieuwe winkelcentra tegen het kerncentrum aan. In de huidige markt zorgt dat voor een verstoring van de winkelm Markt. We moeten terug naar compactere winkelgebieden.'

Het werkgebied van Bauke en zijn collega's is heel Noord-Nederland: de drie noordelijke provincies en een deel van Overijssel. Als bedrijfsmakelaar is retail een belangrijk onderdeel van de portefeuille. 'We houden ons bezig met retail in de breedste zin van het woord: van een winkel van 50 vierkante meter op een A1-locatie in de binnenstad van Groningen tot bijvoorbeeld een supermarkt of groothandel van een paar duizend vierkante meter in het buitengebied. Onze kennis is heel breed.'

Terug naar de plint

In vrijwel alle steden worden meters uit de markt gehaald, met name in de aanloopstraten komt woonruimte maar ook andere ➤



Regio-analyse Noord-Nederland

functies terug. Ook winkels op het niveau plus of min één hebben het moeilijk. Bauke: 'Je moet als winkelier echt weer terug naar de plint op straatniveau. De mensen willen gewoon direct naar binnen lopen of direct zien wat er te koop is. Die beleving wordt steeds belangrijker voor de winkelstraat. Het moet fijn zijn om naar een centrum toe te gaan, het moet meerwaarde bieden om van die bank af te komen en niet iets met je telefoon te bestellen. Je wilt dat mensen in de stadscentra het geld uitgeven.' De juiste mix is daarbij heel belangrijk om een aantrekkelijke winkelstraat te krijgen. 'Zo zie je nu overal kapsalons, barbershops, en beauty en wellness zaken de grond uit schieten. Dat heeft zeker zijn bestaansrecht maar er moeten er geen drie van op een rij zitten. Het is dus soms best een puzzel voor ons om zowel te verhuren dan wel verkopen, als ook invloed uit te oefenen op de juiste mix.'

WIE IS BAUKE WIERDA?

Bauke Wierda is bijna vier jaar werkzaam als adviseur bedrijfshuisvesting bij Lamberink Bedrijfsmakelaars & Taxateurs en is actief in Noord-Nederland. Voordat hij startte bij Lamberink heeft hij bijna 15 jaar gewerkt in de automotive en daarin diverse commerciële rollen vervuld. 'Mijn werk in de vastgoedsector is nog steeds commercieel en daarmee kan ik mijn brede ervaring goed inzetten. Het zoeken naar kansen, het opbouwen en onderhouden van relaties met ondernemers in het noorden blijft ontzettend leuk en inspirerend.'

Consument belonen

Daarmee is de rol van de ondernemer belangrijker dan ooit. 'Je moet rekening houden met de beleving van de consument waarbij alles moet kloppen: is de winkel goed bereikbaar, hoe ziet de winkel eruit, heb je als ondernemer moeite gedaan voor net dat beetje extra? De consument wil beloond worden om zijn geld uit te geven in de winkel zelf.' Je merkt dat winkeliers hier steeds meer aandacht aan geven. Er gebeuren daardoor hele leuke dingen, zegt Bauke. Natuurlijk gaan meer en meer bedrijven naar een online platform maar andersom gebeurt ook steeds vaker; online platforms (groot en klein) openen steeds vaker een fysieke winkel. 'Juist voor een stukje beleving en in de winkel persoonlijk geholpen worden, iets wat je online niet kunt bieden. Kijk bijvoorbeeld naar Coolblue, dat is van een originele online platform die nu fysieke winkels opent.'

Kort op elkaar

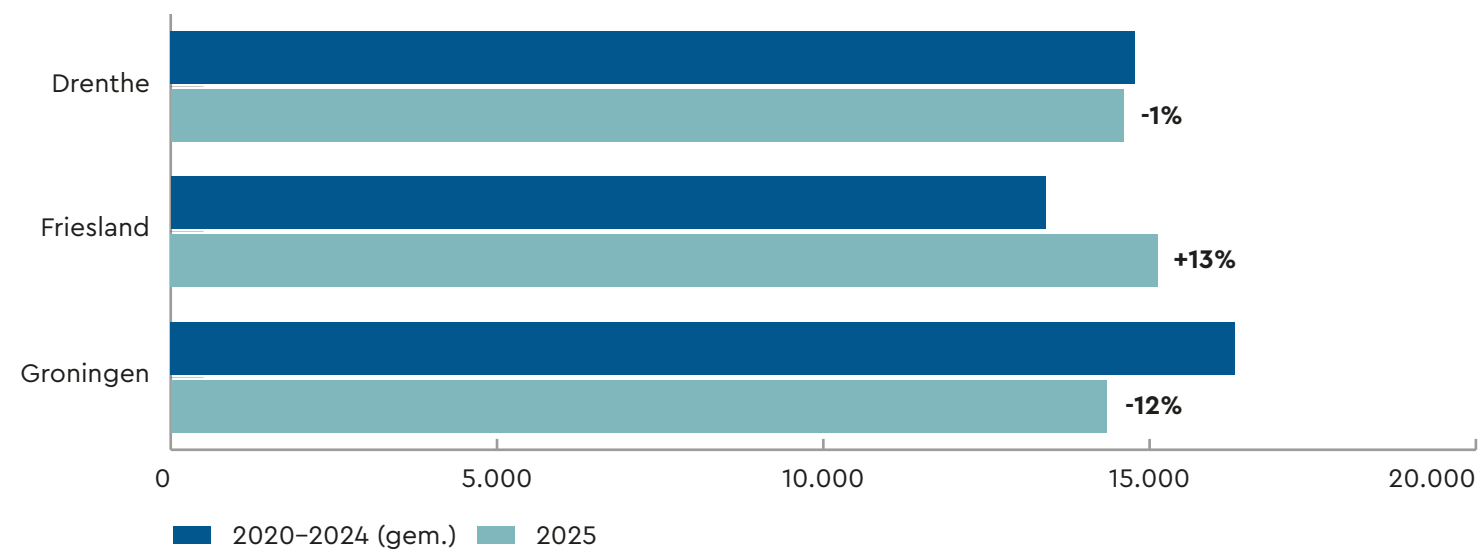
De grotere steden zoals Leeuwarden en Groningen doen het over het algemeen goed, zegt Bauke Wierda. 'Maar er zijn er nog wel wat andere voorbeelden van steden en dorpen die goed gaan. Dat komt toch door die mooie mix en een duidelijke voorziening voor de regio. Maar ook een actieve

ondernemersvereniging en een gemeente die dichtbij de ondernemers staat hield daarbij. Er zijn uiteraard ook voorbeelden waarbij echt wel een forse leegstand is. Hier zijn initiatieven welkom waarbij de winkelstraten worden heringericht en de omgeving prettig en veilig is voor de ondernemers en bezoekers.'

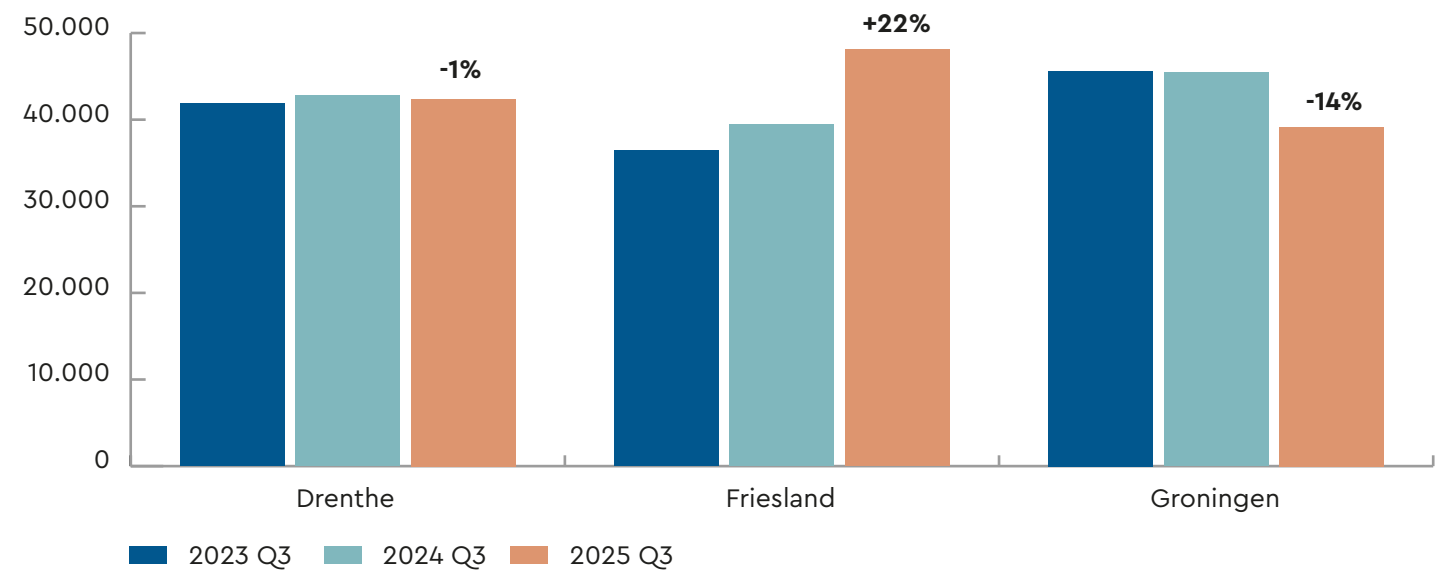


Regio-analyse Noord-Nederland

Opname in m² in de eerste drie kwartalen



Aanbod in m²



Wat valt op?

- Alleen in Friesland werd in de eerste negen maanden meer winkelruimte opgenomen dan gemiddeld. In de provincie Groningen lag de opname 12% lager dan het gemiddelde, maar in de stad Groningen juist 28% hoger.
- Het aanbod van winkelruimte in de provincie Groningen daalde met 14%, vooral doordat in de stad Groningen 23% minder winkelruimte beschikbaar was dan een jaar geleden.
- In Friesland steeg het aanbod in een jaar tijd met 22%. Deze toename kwam vooral door Leeuwarden, waar het aanbod met 6.800 m² (+78%) groeide. Ook in Heerenveen kwam meer winkelruimte op de markt (+70%).
- In Drenthe bleef het beeld stabiel. De opname was 1% lager dan het vijfjarig gemiddelde en ook het aanbod daalde licht (-1%). Binnen de provincie waren er wel verschillen: in Hoogeveen (+114%) en Emmen (+30%) steeg het aanbod sterk, terwijl in Meppel en Assen juist een daling te zien was.

Opname & aanbod in m² naar woonplaats

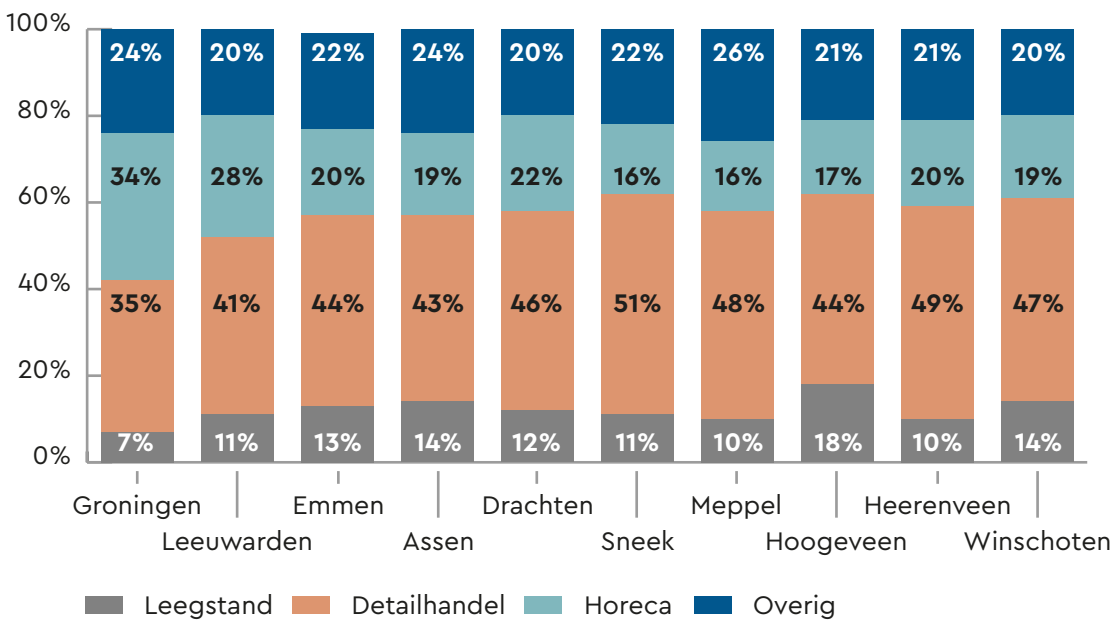
	Opname Q1 – Q3			Aanbod		
	2020-2024 (gem.)	2025	↑↓%	2024 Q3	2025 Q3	↑↓%
Groningen	7.500	9.600	28%	20.200	15.600	-23%
Leeuwarden	3.600	4.400	22%	8.700	15.500	78%
Emmen	2.100	3.500	67%	10.000	13.000	30%
Assen	4.000	5.000	25%	15.500	12.700	-18%
Drachten	2.100	2.600	24%	6.100	3.400	-44%
Sneek	1.900	2.300	21%	4.800	4.500	-6%
Meppel	1.500	1.100	-27%	4.400	2.700	-39%
Hoogeveen	2.200	1.000	-55%	3.500	7.500	114%
Heerenveen	1.900	500	-74%	2.000	3.400	70%
Winschoten	1.100	800	-27%	7.100	3.700	-48%

Regio-analyse Noord-Nederland: focus op binnensteden

Top 10 centrale winkelgebieden



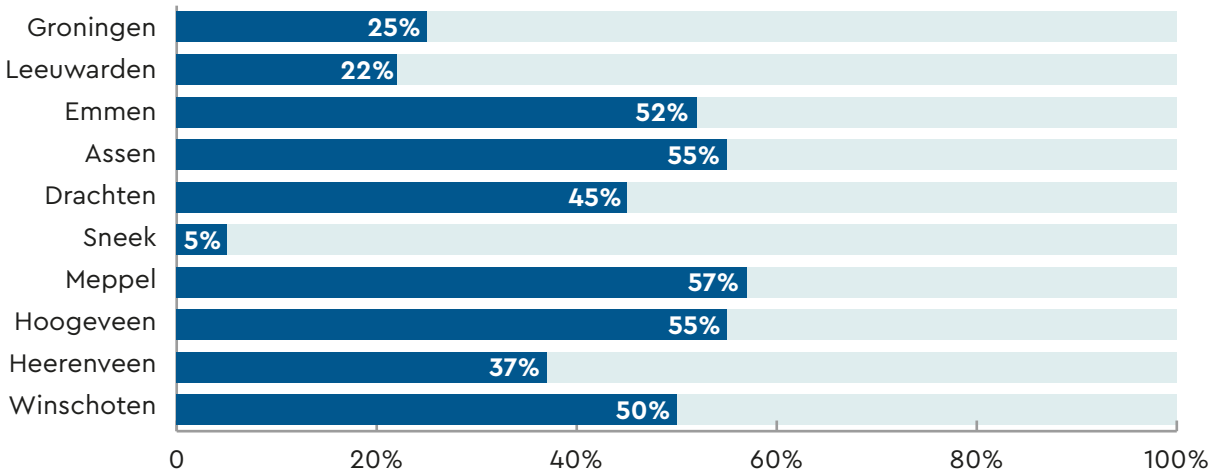
Branchering en leegstand



Wat valt op?

- Groningen heeft met afstand het grootste centrum van het Noorden. De leegstand is met 7% veel lager dan in de andere centra. In de afgelopen vijf jaar is het aantal winkels bovendien nauwelijks veranderd: er verdween slechts 2% van de verkooppunten.
- In de Drentse centra is de leegstand hoger en hardnekkiger. In alle centra stond meer dan de helft van alle leegstaande panden ook twee jaar geleden leeg. In Assen is het aantal verkooppunten met maar liefst 21% gedaald sinds 2020, maar de leegstand blijft toch hoog (14%).
- De Friese centra doen het iets beter. De leegstand is minder hardnekkig, maar ligt wel boven de 10%. Dit ondanks een krimp van het aantal winkels sinds 2020, met afnames tussen de 6% (Drachten) en 10% (Leeuwarden).
- In de meeste Noordelijke centra lijkt een verdere krimp van het aantal winkels nodig om de leegstand onder controle te houden en de binnensteden vitaal te houden.

% leegstand > 2 jaar



Bronnen data: Locatus, bewerkt door brainbay

Verandering verkooppunten versus huidige leegstand

