

'Er ontstaat een hele nieuwe belevingsmarkt'

Steden zijn anders gaan kijken naar winkelen, constateert **Maarten van Tijen**. De focus verplaatst zich naar het bredere 'verblijven'. Oorzaak zijn de aanhoudende problemen in de retailmarkt. 'De gemiddelde retailer heeft het gewoon heel moeilijk.'

De vele faillissementen en het verdwijnen van oude vertrouwde ketens hebben een enorme beweging teweeg gebracht in de winkelsteden. Van winkelstraat naar gebieden waar mensen prettig kunnen verblijven en een fijne beleving hebben is een flinke stap, waarbij op regionaal niveau een onderlinge concurrentiestrijd wordt geleverd. Een aantrekkelijke historische stad als Breda heeft daarbij uiteraard een streepje voor. Maarten van Tijen: 'Je komt nu naar Breda voor een dagje weg, dat bestaat uit winkelen, maar ook lekker op het terras zitten of naar bijvoorbeeld het museum. Kleinere steden kunnen die leisure-activiteiten niet bieden. Daar zie je meer bewegingen om vierkante meters aan retail uit de markt te halen. Zie bijvoorbeeld Oosterhout, waar de gemeente een belangrijk deel van het winkelcentrum opneemt om een nieuw gemeentehuis te bouwen.'



Regio-analyse Zuid-Nederland

Goede huurder

Vierkante meters verdwijnen er overal wel uit de markt. Maarten: 'In Breda is men natuurlijk ook kritisch op wat je zou willen met bepaalde gebieden. Maar je ziet dat de binnenstad redelijk compact is en daarmee wel overeind kan blijven. Wél zie je een belangrijke verschuiving in de invulling van de binnenstad. Een paar jaar geleden had je niet kunnen verzinnen dat er nagelstudio's en tattoo-winkels op de hoofdwinkellassen terecht zouden komen.' De prijzen zijn dan ook de afgelopen 15 jaar flink gedaald, zegt Van Tijen. 'Je ziet wel dat er nu een zekere stabiliteit zit in de prijs. Maar op het moment dat er een goede kandidaat in de markt is, zie je dat eigenaren toch wel bereid zijn om wat meer flexibel mee te denken met zo'n prijsstelling. Omdat het uiteindelijk van belang is om een goede huurder te hebben.'

Instagram

Fijn winkelen kan in Breda voor een belangrijk deel door het herkenbare aanbod, maar óók

juist door dat niet-herkenbare aanbod, aldus Maarten. 'Dat ene winkeltje wat zo leuk is of dat ene straatje dat ze nergens hebben. Ook hier verdwijnen veel grote en internationale labels. Dat is iets wat buiten de top-5 steden, alle steden zullen herkennen.' Veel retailers blijven het moeilijk hebben. De uitzonderingen zijn de van origine online winkels die nu meer en meer de fysieke verbinding zoeken. Koploper in die succesvolle categorie zijn de dameskleding-zaken en dan met name voor de jongere doelgroepen. Van Tijen: 'Wij hebben de afgelopen twee jaar wel zes of zeven van deze formules zien openen. Social media zoals Insta spelen een grote rol, het gaat heel erg over marketing. Ze hebben ontzettend goed in zicht wie hun klant is, waar ze vandaan komen, wat ze uitgeven en waaraan.'

Frisse zaak

Zo is er het nodige verschil, ook in sentiment, tussen retailers onderling.

Veel lokale eigenaren, die zelf in de winkel staan, moeten weliswaar hard werken, maar, zegt Van Tijen, hebben het zeker niet slecht. 'Als je ziet dat er beleving in de winkel zit, ook vanuit de eigenaar, dan zie je dat dingen echt wel goed lopen. De ouderwetse papa- en mamawinkeltjes zijn wel langzaam aan het afsterven. Maar als jij een frisse zaak hebt en je snapt hoe je een online community moet opbouwen, dan zie je gewoon dat het gaat. Zeker als je als herkenbaar gezicht verbonden bent aan de winkel.'

Snuisterijen

Aanbod aan winkelruimtes is er ondertussen genoeg, ook op de A1-straten kan er gehuurd worden. Ketens schuiven door naar betere plekken. Maar niet ieder aanbod wordt opgenomen. Maarten van Tijen: 'Het is hard trekken aan de markt hoor. Er is zeker sprake van leegstand, ook in de A1-straten. Het is vaak een golfbeweging. Ondertussen blijven mensen echt wel komen. Alles wat leuk is, de snuisterijen, de hippe kleding, dat zijn dingen die je wilt zien en voelen. Daar is een hele nieuwe belevingsmarkt ontstaan.'

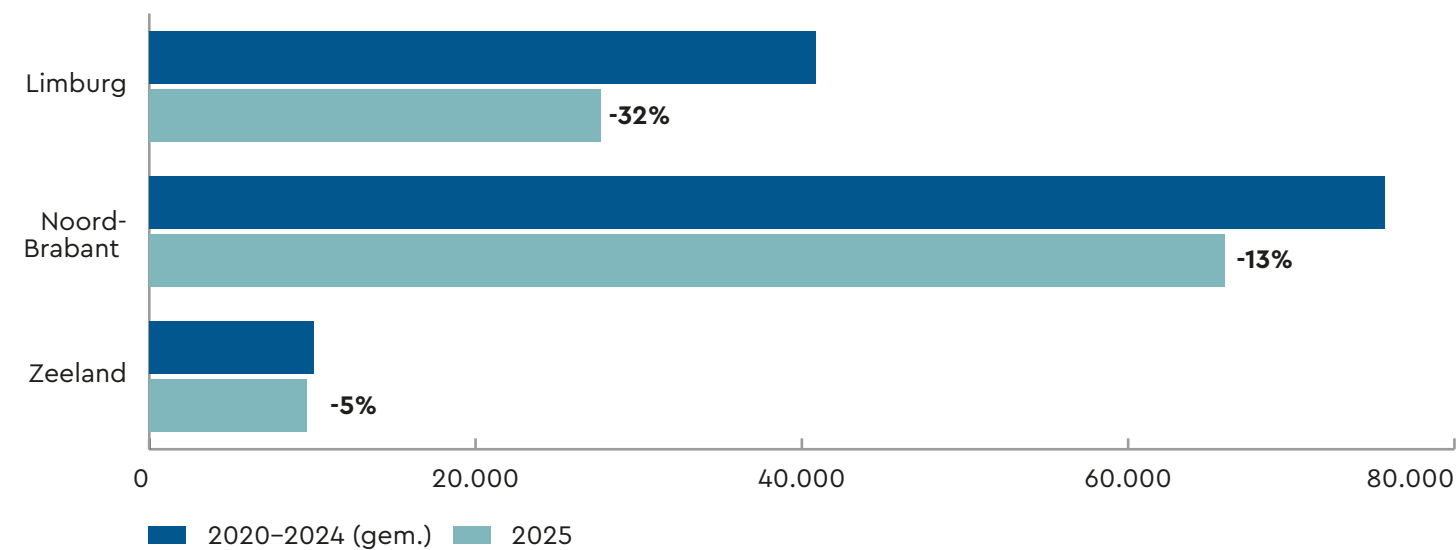


WIE IS MAARTEN VAN TIJEN?

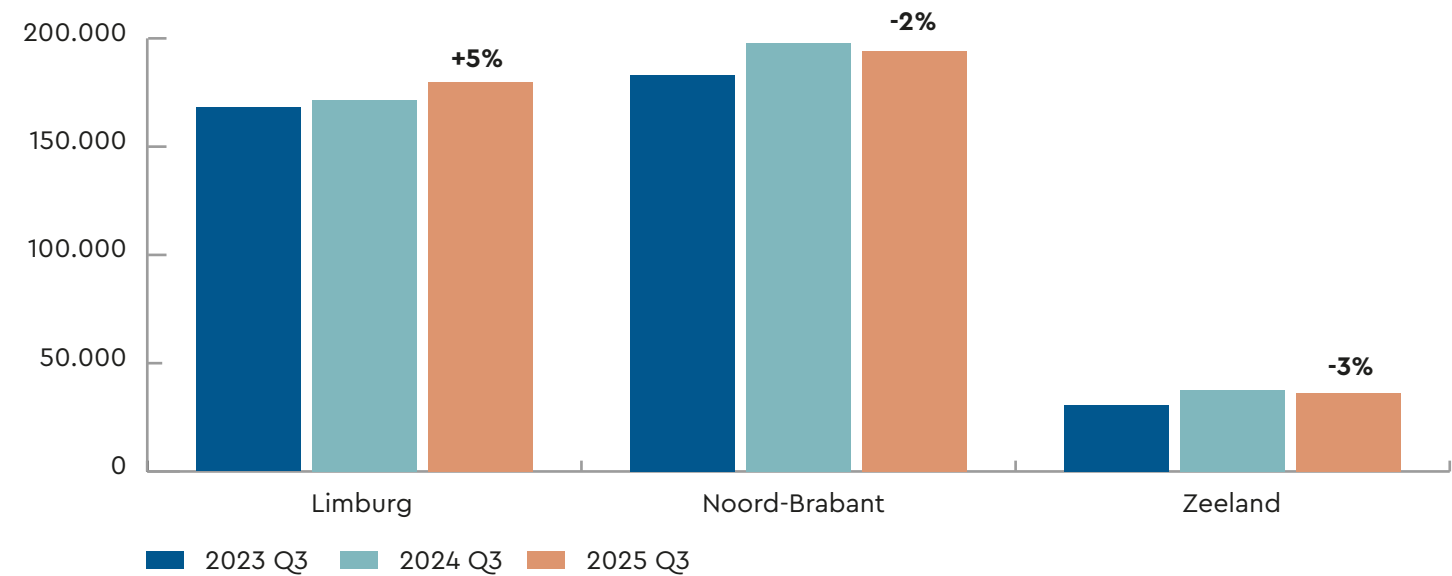
Maarten van Tijen is sinds 2007 bedrijfsmakelaar bij Van der Sande VanOpstal Bedrijfsmakelaars, de zakelijke tak van het full-service kantoor Van der Sande Makelaars uit Breda, partner in Dynamis. Maarten is actief in de brede regio West-Brabant, met een accent op Breda. 'Maar naast Breda doen we veel in de kernen van onder meer Etten-Leur, Oosterhout, Roosendaal.'

Regio-analyse Zuid-Nederland

Opname in m² in de eerste drie kwartalen



Aanbod in m²



Wat valt op?

- In alle Zuidelijke provincies ligt de opname van winkelruimte dit jaar onder het gemiddelde. De sterkste daling is te zien in Limburg (-32%), gevolgd door Noord-Brabant (-13%) en Zeeland (-5%). Alleen in Roermond en Bergen op Zoom is de opname juist gestegen.
- Na een lichte stijging vorig jaar, neemt het aanbod in Limburg opnieuw toe. Er staat nu 179.700 m² winkelruimte te huur of te koop. De stijging komt deels voor rekening van Roermond, waar het aanbod in een jaar tijd met 54% is toegenomen.
- In Noord-Brabant staat ruim 194.00 m² in aanbod. Dit is een daling van 2% ten opzichte van een jaar eerder. Dit ondanks een forse toename in het aanbod in Den Bosch, waar het aanbod groeide tot 13.800 m² (+47%).
- In Zeeland daalde het aanbod van winkelruimte in een jaar tijd met slechts 1.000 m² (-3%). Ook werd er 5% minder winkelruimte opgenomen dan in voorgaande jaren. In de belangrijkste winkelstad Middelburg steeg het aanbod juist met 13%, tot in totaal 5.400 m².

Opname & aanbod in m² naar woonplaats

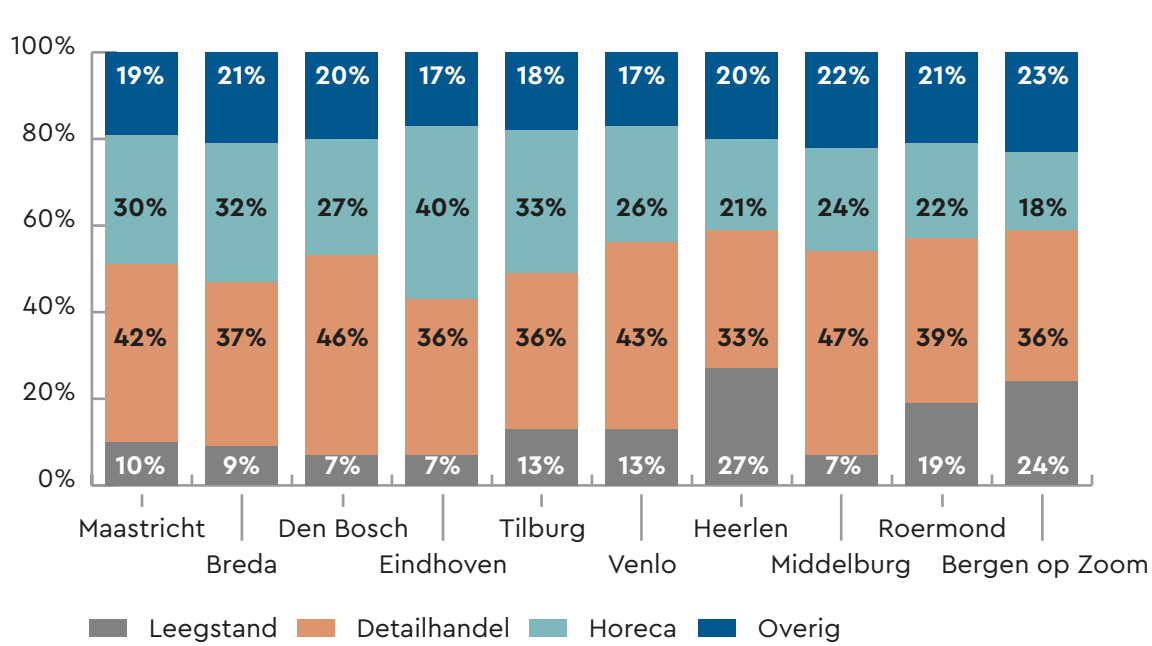
	Opname Q1 – Q3			Aanbod		
	2020-2024 (gem.)	2025	↑↓%	2024 Q3	2025 Q3	↑↓%
Maastricht	7.000	3.700	-47%	16.100	17.100	6%
Breda	7.500	5.200	-31%	16.600	11.300	-32%
Den Bosch	9.900	5.000	-49%	9.400	13.800	47%
Eindhoven	10.000	8.100	-19%	15.300	13.200	-14%
Tilburg	9.600	9.500	-1%	19.000	20.100	6%
Venlo	5.400	4.600	-15%	17.900	19.500	9%
Heerlen	6.500	3.600	-45%	26.300	25.300	-4%
Middelburg	1.600	1.400	-13%	4.800	5.400	13%
Roermond	2.200	2.500	14%	12.700	19.500	54%
Bergen op Zoom	2.800	4.800	71%	16.800	15.500	-8%

Regio-analyse Zuid-Nederland: focus op binnensteden

Top 10 centrale winkelgebieden



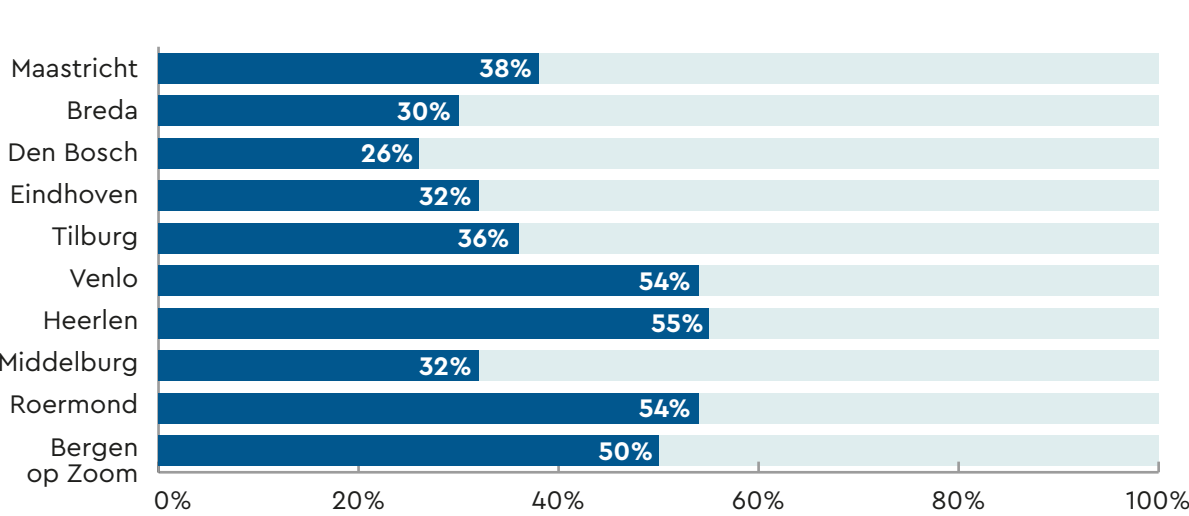
Branchering en leegstand



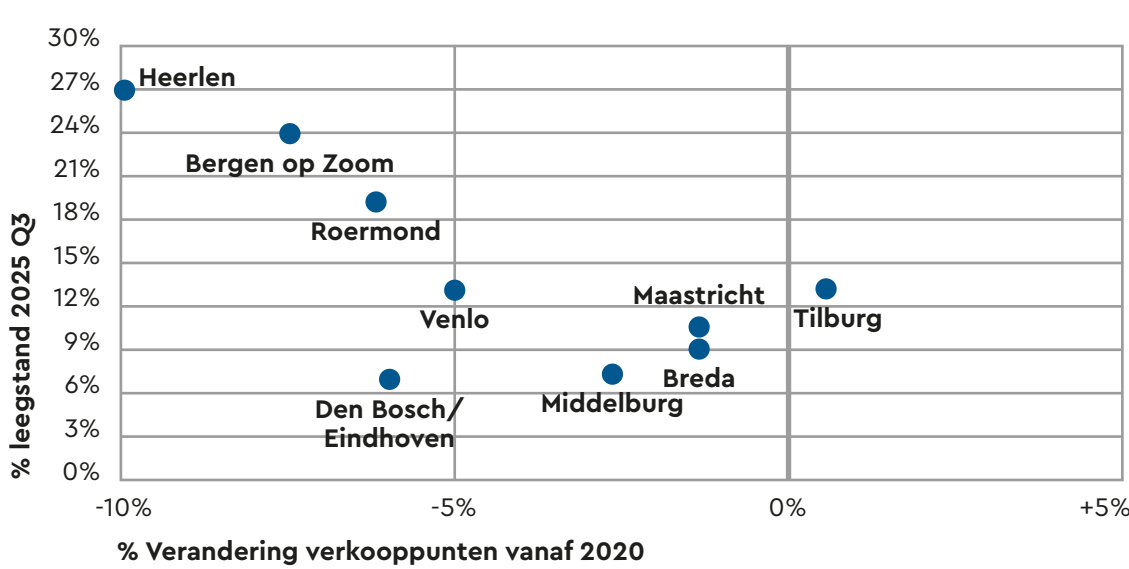
Wat valt op?

- Het centrum van Maastricht is veruit het grootste winkelgebied in het Zuiden. De leegstand is met 10% relatief laag vergeleken met andere Limburgse steden.
- In Heerlen staat 27% van de winkelpanden leeg. Het aantal winkels daalde sinds 2020 met 10% en toch staat 55% van de leegstaande panden al langer dan twee jaar leeg. In Roermond en Bergen op Zoom zien we een vergelijkbaar beeld. In alle drie steden is daarom krimp van het winkelgebied onvermijdelijk.
- In het centrum van Tilburg is het aantal verkooppunten sinds 2020 zelfs licht gestegen, maar de leegstand is met 13% hoger dan in de centra van Den Bosch en Eindhoven (beide 7%) en Breda (9%).
- Middelburg lijkt weinig last te hebben van leegstand. Ondanks een lichte daling van het aantal verkooppunten (-3%), blijft de leegstand (7%) in de Zeeuwse hoofdstad beperkt in vergelijking met andere Zuidelijke steden.

% leegstand > 2 jaar



Verandering verkooppunten versus huidige leegstand



Bronnen data: Locatus, bewerkt door brainbay