

Colliers

Wijkwinkelcentra in Nederland

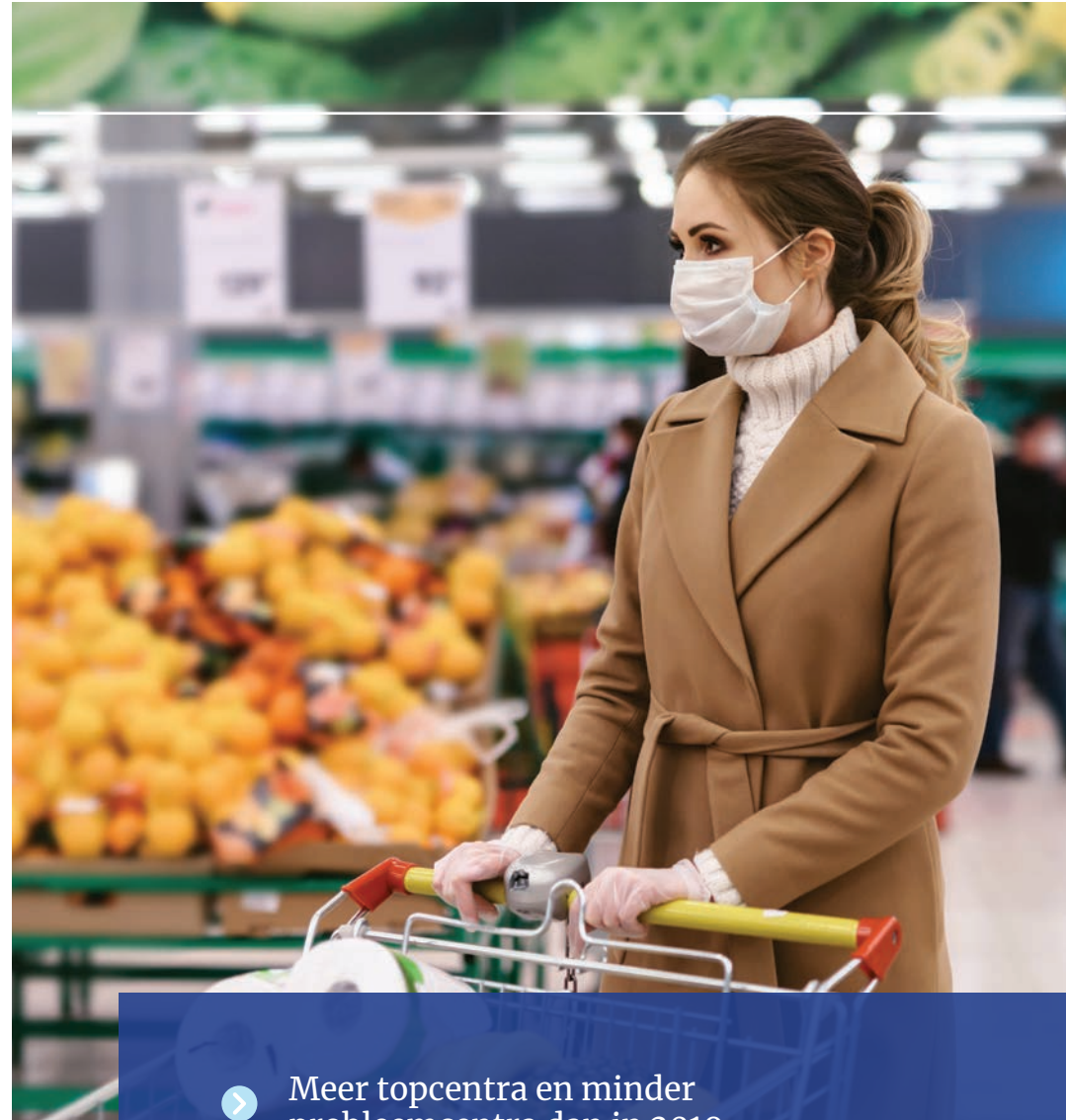
December 2021



Coronacrisis vergroot het succes van wijkwinkelcentra

Wijkwinkelcentra hebben de afgelopen jaren een behoorlijke metamorfose ondergaan. Door de opmars van digitale diensten daalde het aantal vestigingen van uitzendbureaus, banken, reisbureaus, mode- en schoenenwinkels in deze centra. Videotheken zijn zelfs bijna uit het straatbeeld verdwenen. De grote winnaars waren kappers, horecazaken, ijssalons, bezorg- en afhaalpunten, massage- en schoonheidssalons. Zij hebben geen last van internetconcurrentie en richten zich vooral op de lokale omgeving.

In 2020 brak het coronavirus uit en zag de wereld er ineens anders uit. Voor een lange periode mochten alleen essentiële winkels zoals supermarkten open blijven. Zulke winkels zijn sterk vertegenwoordigd in wijkwinkelcentra, waardoor de gevolgen kleiner waren dan voor bijvoorbeeld binnensteden. De pandemie is zeker nog niet voorbij en er gelden nog steeds coronamaatregelen. De vraag is nu: hoe goed doorstaan wijkwinkelcentra de coronacrisis?



- Meer topcentra en minder probleemcentra dan in 2019
- Er zijn 129 bezorg- en afhaalpunten voor maaltijden bijgekomen
- Bankfilialen, reis- en uitzendbureaus verdwijnen uit de wijk



Het aantal topcentra is toegenomen van 208 naar 217, terwijl het aantal probleemcentra afnam van 34 naar 31. De leegstand is afgenomen van bijna 7% naar 6%. Wijkwinkelcentra doen het dus beter dan vóór de coronacrisis.

Meer topcentra, minder probleemcentra

Uit ons [vorige onderzoek](#) (eind 2019) bleek dat wijkwinkelcentra die voor een groot deel bestaan uit winkels met dagelijkse versproducten het meest succesvol zijn. Zij kampen nauwelijks met langdurige leegstand. We hebben alle Nederlandse wijkwinkelcentra in ons onderzoek verdeeld over vier categorieën die gebaseerd zijn op langdurige leegstand en dagelijks aanbod. De categorieën zijn van slecht naar goed: probleemcentra, risicocentra, kanscentra en topcentra.

Topcentra:

- > Weinig langdurige leegstand < 5%
- > Veel dagelijks aanbod > 60%

Kanscentra:

- > Weinig langdurige leegstand < 5%
 - > Weinig dagelijks aanbod < 60%
- of
- > Aanzienlijke langdurige leegstand 5-15%
 - > Veel dagelijks aanbod > 60%

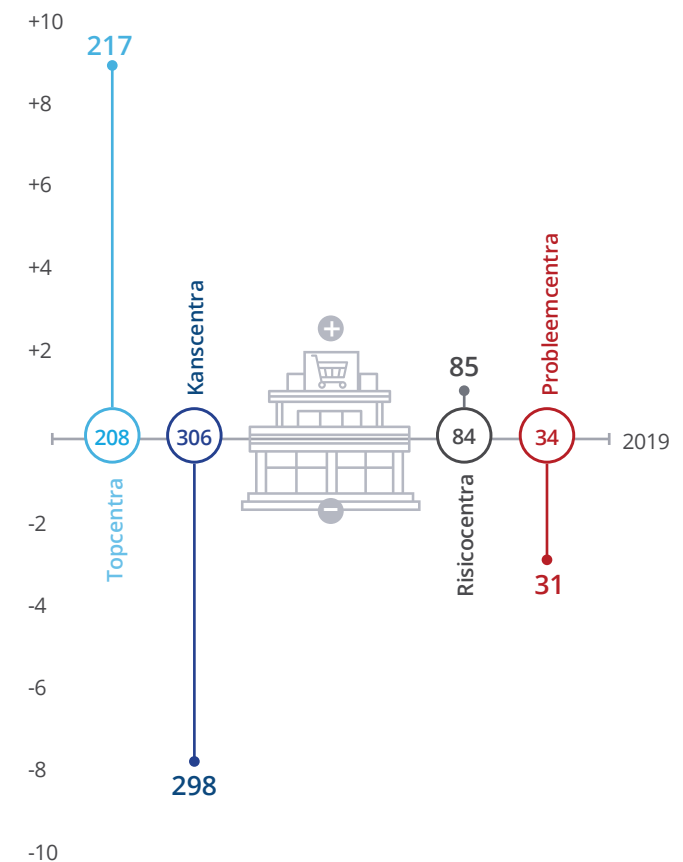
Risicocentra:

- > Aanzienlijke langdurige leegstand 5-15%
 - > Weinig dagelijks aanbod < 60%
- of
- > Veel langdurige leegstand > 15%
 - > Veel dagelijks aanbod > 60%

Probleemcentra:

- > Veel langdurige leegstand > 15%
- > Weinig dagelijks aanbod < 60%

Veranderingen tussen 2019 en 2021

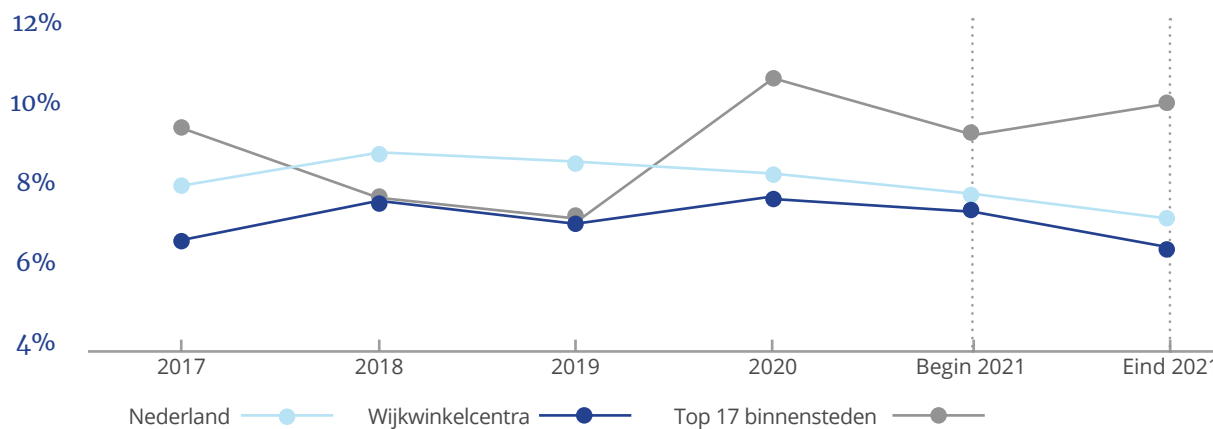


Leegstand gedaald naar 6%

Driekwart van de wijkwinkelcentra presteert hetzelfde als twee jaar geleden en valt in dezelfde categorie, 13% scoort beter en 11% doet het slechter. Het aantal topcentra is toegenomen van 208 naar 217, terwijl het aantal probleemcentra afnam van 34 naar 31. De leegstand is afgenomen van bijna 7% naar 6%. Wijkwinkelcentra doen het dus beter dan vóór de coronacrisis.

Boodschappen werden belangrijker

Het succes van wijkwinkelcentra komt vooral door het grote aanbod van winkels voor de dagelijkse boodschappen. Deze werden door de coronacrisis alleen maar belangrijker. De horeca was lange periodes gesloten of beperkt geopend en door het thuiswerken werd er weinig gebruik gemaakt van bedrijfscatering op kantoren. We haalden daarom meer boodschappen en kookten vaker.



Wijkwinkelcentra doen het beter dan binnensteden

Er is de afgelopen jaren door veel eigenaren geïnvesteerd in modernisering van verouderde wijkwinkelcentra. Zo'n ingrijpende beslissing is eenvoudiger te nemen en uit te voeren als er slechts één of enkele eigenaren zijn. In binnensteden is er veel verdeeld eigendom, wat zulke grootschalige renovaties een stuk complexer maakt. Bovendien is het aanbod van binnensteden heel anders dan van wijkwinkelcentra. Er zijn veel modezaken. Kleding en schoenen worden nóg meer in webshops aangeschaft dan voor de coronacrisis, bleek uit ons onderzoek naar koopgedrag vlak na de eerste lockdown. Tot slot zijn binnensteden voor een groter deel afhankelijk van regionale of zelfs internationale bezoekers, terwijl in wijkwinkelcentra bijna alleen omwonenden komen. Door de coronacrisis reisden Nederlanders veel minder ver van huis.



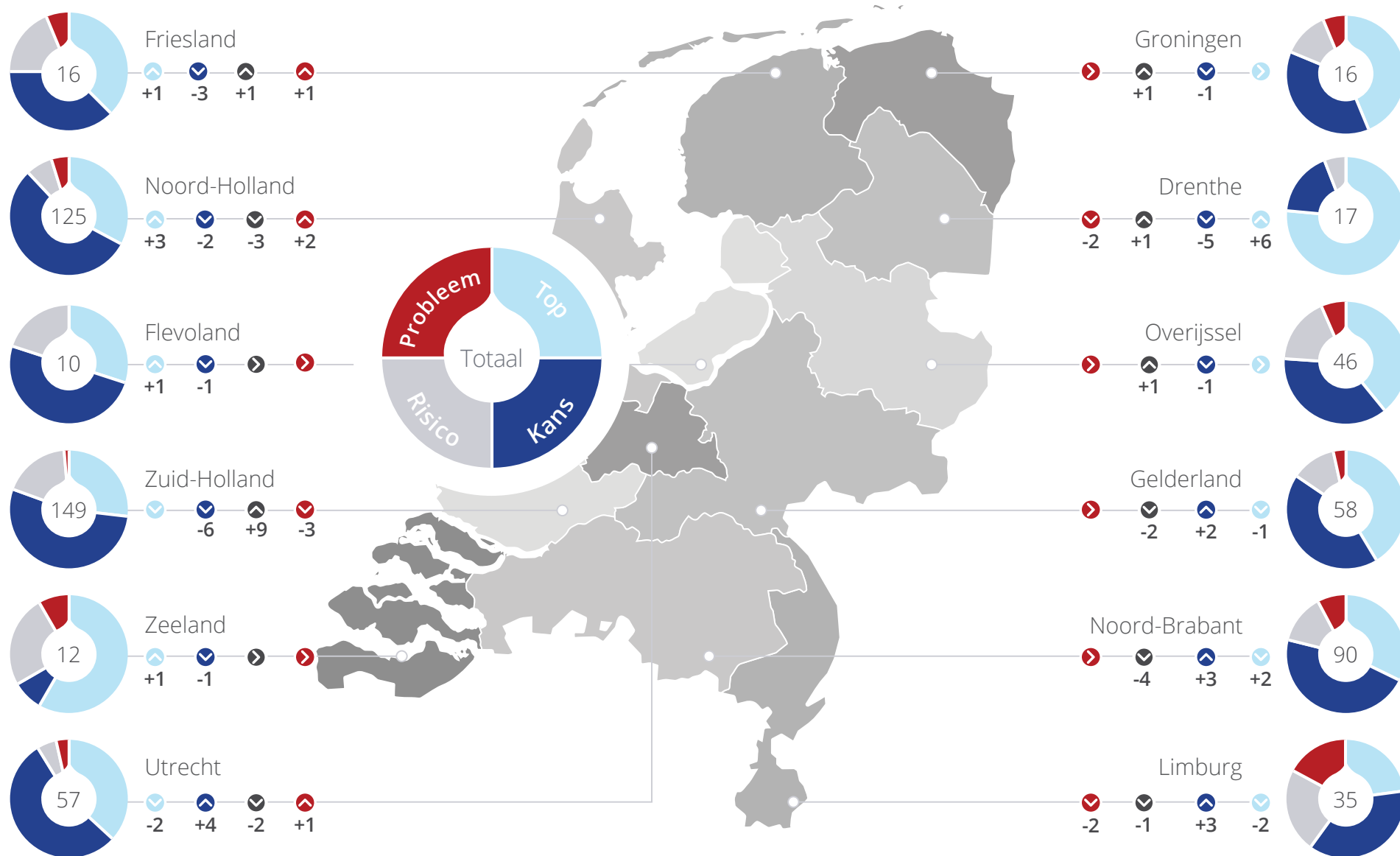


Succesverhalen

De Korf in Krimpen aan den IJssel was een probleemcentrum in 2019 en is nu een kanscentrum. Van der Vorm Vastgoed kocht het centrum in 2018 en knapte het winkelcentrum op, de gemeente deed de buitenruimte. Ook de ondernemers waren erg betrokken bij de plannen. De Korf transformeerde van een verouderd winkelcentrum met veel leegstand naar een modern centrum. Het heeft met Lidl, Jumbo en Action grote trekkers en daarnaast zijn er speciaalzaken bijgekomen.

Winkelcentrum Het Stroink in Enschede van eigenaar WPRI ging van een risicocentrum naar een topcentrum. Het winkelcentrum dat er destijds stond, was achterhaald. Nu is het modern en licht, met een houten gevel en hoge plafonds. De parkeercapaciteit werd uitgebreid. ALDI kwam erbij en samen met Albert Heijn is dat een goede combinatie van een budget- en een full service supermarkt, een belangrijke succesfactor voor wijkwinkelcentra.

Veranderingen per provincie tussen 2019 en 2021



In sommige provincies is het totaal aantal wijkwinkelcentra veranderd tussen 2019 en 2021.

> Probleemcentra

Noord-Holland heeft twee probleemcentra meer dan in 2019. Het is de enige provincie waar er meerdere bijkwamen. Zuid-Holland is juist drie probleemcentra kwijt. Limburg en Drenthe verloren er twee.

> Risicocentra

In Zuid-Holland groeide het aantal risicocentra met negen. Drie hiervan waren voorheen een probleemcentrum, maar zes waren in 2019 nog een kanscentrum. Deze zes zijn er dus op achteruit gegaan.

> Kanscentra

In Utrecht kwamen er de meeste kanscentra bij, namelijk vier. Twee hiervan waren eerder een topcentrum. Noord-Brabant zet stappen vooruit. Daar kwamen er drie kanscentra en twee topcentra bij.

> Topcentra

In Drenthe gaat het opvallend goed. Er zijn de afgelopen twee jaar maar liefst zes topcentra bijgekomen, waardoor 13 van de 17 in deze categorie vallen. Noord-Holland kreeg weliswaar twee extra probleemcentra, maar daar stonden drie topcentra tegenover. Utrecht en Limburg verloren twee topcentra.



In Drenthe gaat het opvallend goed. Er zijn de afgelopen twee jaar maar liefst zes topcentra bijgekomen, waardoor 13 van de 17 in deze categorie vallen.

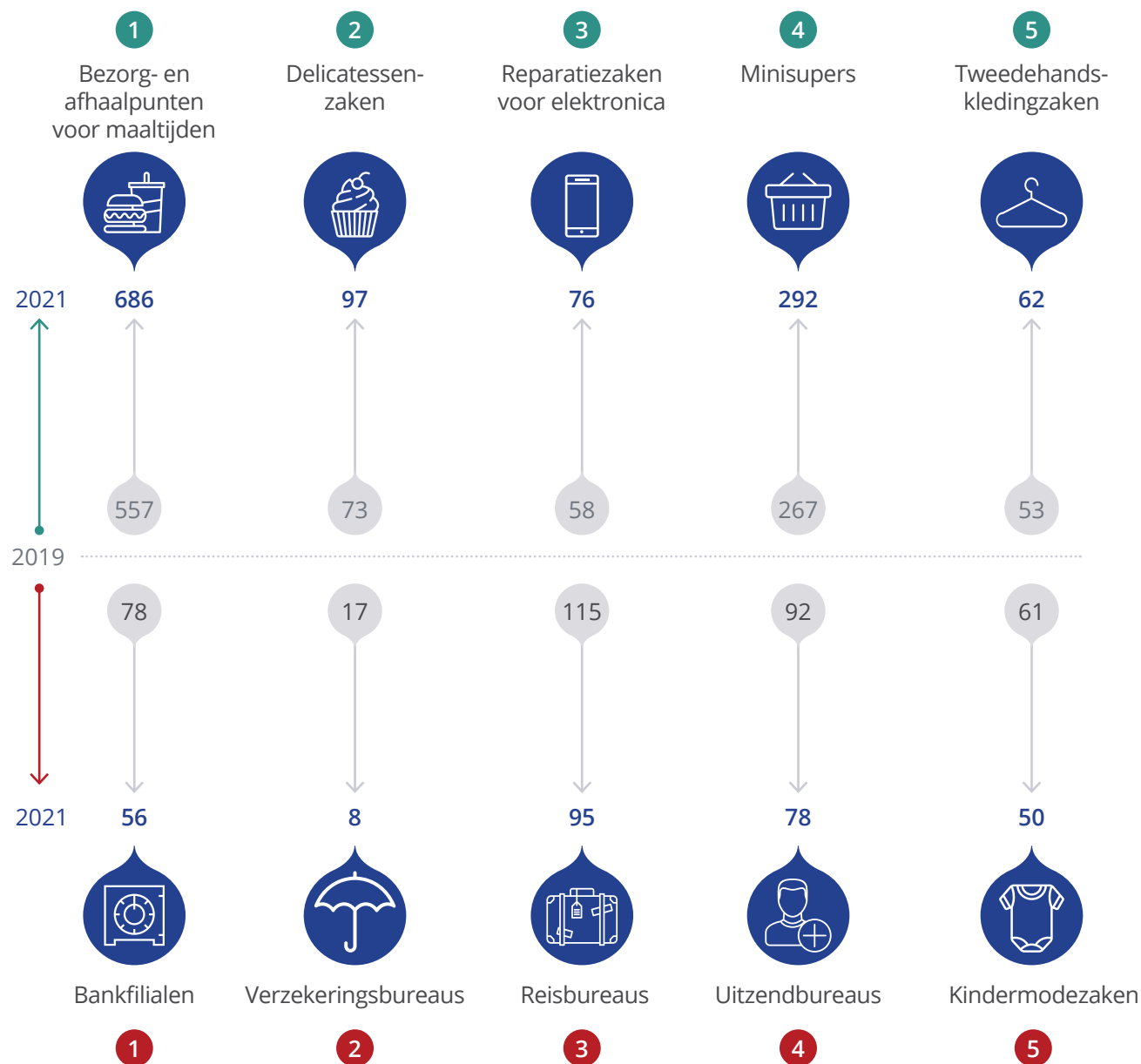
Meer bezorg- en afhaalpunten

In coronatijd zijn er landelijk 129 bezorg- en afhaalpunten voor maaltijden bijgekomen en deze groep is daarmee de grootste stijger. Dit komt mede door de lange periode waarin restaurants en cafés niet of beperkt open waren. Daar profiteerden ook delicatessenzaken (+24) en minisupers (+25) zoals etnische supermarkten van. Zij spelen in op de behoefte aan dagelijks verse producten, een voortzetting van de trend die al langer te zien was. Zaken die elektronica repareren (+18) of tweedehandskleding verkopen (+9) werden ook populairder. Dat is niet alleen duurzamer, maar ook financieel aantrekkelijker in crisistijd.

Minder bankfilialen

Net als tussen 2004 en 2019 verdwenen de afgelopen twee jaar vooral bankfilialen, verzekerings-, reis- en uitzendbureaus, omdat deze diensten steeds vaker online worden aangeboden. Vergeleken met 2004 is het verschil enorm. Toen waren er nog 221 bankfilialen, nu 56. In Drenthe en Zeeland zit er zelfs geen enkel bankfiliaal meer in een wijkwinkelcentrum. Ook reisbureaus maakten een enorme duikeling van 265 naar 95. Van de uitzendbureaus zijn er nog 78 over, terwijl er in 2004 nog 246 waren.

Top 5 stijgers en dalers tussen 2019 en 2021



De top 5 is gebaseerd op de verandering van zowel aantallen als percentage.



Wijkwinkelcentra zijn dé plek om naartoe te gaan voor functionele activiteiten die omwonenden graag dicht bij huis doen, maar niet online willen of kunnen regelen.

Van wijkwinkelcentrum naar wijkcentrum

De overgrote meerderheid van de wijkwinkelcentra heeft zich in de afgelopen jaren succesvol aangepast aan de veranderende behoeften van het winkelend publiek. Ze werden dé plek om naartoe te gaan voor functionele activiteiten die omwonenden graag dicht bij huis doen, maar niet online willen of kunnen regelen. Het wijkwinkelcentrum staat letterlijk en figuurlijk dicht bij de buurtbewoners.

Inzetten op dagelijkse versproducten blijft ook in de toekomst een succesvolle strategie voor eigenaren van wijkwinkelcentra. Dit zijn bijvoorbeeld supermarkten, vishandels, slagerijen, bakkerijen, kaasboeren en andere delicatessenzaken. Daar zit natuurlijk wel een limiet aan. Eén bakkerij is een toevoeging, een tweede wordt een concurrent.

Eventuele leegstand die ontstaat door het verdwijnen van dienstverleners zoals banken kan worden opgevuld met maatschappelijke voorzieningen, waarvan de nabijheid voor buurtbewoners belangrijk is. Dit zijn bijvoorbeeld huisartsen, tandartsen en buurthuizen. Wijkwinkelcentra transformeren hierdoor tot echte wijkcentra die meer bieden dan alleen winkels.



Chris Lanting

Director Retail

chris.lanting@colliers.com

+31 6 30 40 43 80



Michiel Boonen

Associate Director Capital Markets

michiel.boonen@colliers.com

+31 6 21 21 38 20



Alexandra Rosian

Associate Director Capital Markets

alexandra.rosian@colliers.com

+31 6 23 15 25 48



Martijn Pustjens

Senior Consultant

martijn.pustjens@colliers.com

+31 6 13 42 46 55

Eindredactie: Ramon Holle

ramon.holle@colliers.com | +31 6 82 40 62 16

Bron voor alle grafieken: Locatus, bewerkt door Colliers.

Over Colliers

Colliers is een beursgenoteerde vastgoedadviseur (NASDAQ, TSX: CIGI) en staat voor de nieuwe vastgoedwereld. We dragen bij aan een betere samenleving door een actieve rol te spelen in het oplossen van vastgoedvraagstukken.

We verbinden globale marktontwikkelingen en complexe data met de wereld van vastgoedeigenaren, vastgoedinvesteerders en huurders van vastgoed. Dit stelt ons in staat de sector van morgen te begrijpen en expert te zijn op de toekomst van vastgoed.

Dankzij deze inzichten kunnen we waarde toevoegen aan de verschillende fases van de vastgoedcyclus en strategische klantrelaties opbouwen. We bieden creatieve oplossingen die niet alleen vandaag aantrekkelijk zijn, maar ook in de toekomst relevant en duurzaam blijven.

In Nederland werken we met 330 professionals die anders denken en de beste ideeën delen in een cultuur van ondernemerschap en klantgerichtheid. Onze opdrachtgevers kunnen rekenen op een betrouwbare partner die doordacht advies geeft. En een partij die hen de juiste kansen laat zien in de sectoren:



Winkels



Horeca



Woningen



Hotels



Kantoren



**Logistiek en
industrieel**



Zorg



**Religieus
vastgoed**

Natuurlijk zijn we aangesloten bij de belangrijkste organisaties in ons vakgebied zoals het Nederlands Register van Vastgoed Taxateurs, The Royal Institution of Chartered Surveyors, het Kwaliteitsregister van Makelaars Vastgoedcert en de Nederlandse Vereniging van Makelaars.



Stadionplein 14 | 1076 CM Amsterdam | Tel: +31 (0)20 540 55 55 .
amsterdam.office@colliers.com | www.colliers.nl

