

# De afdeling DAD/HBD

Even voorstellen...



## Werkveld

- Adviseren en begeleiden van ondernemersverenigingen bij ruimtelijke processen
- 9 adviseurs met eigen adviesrayon

## Werkveld

- Herinrichting van winkelgebieden
- Renovatie van winkelcentra
- Bereikbaarheids- / parkeerproblemen
- Begeleiden onderzoek
- Betrokkenheid bij winkelnieuwbouw
- Brancheselectiecommissies

# Ienemienemutte.....

## Wie is (straks) de baas?

- Hoe gaat het eigenlijk met de detailhandel?
- Welke ontwikkelingen en trends?
- Hoe ziet het winkellandschap er straks uit?
- Welke keuzes voor de winkelier/retailer?

## Hoe gaat het?

- Economische crisis vanaf 2008
- Kopersstaking
- Afstervende winkels
- Leegstand (van 5 naar 10 tot 20%)



## Leegstand is allerlaatste fase

- Inleveren op privé-uitgaven
- Bezuinigen op zakelijke uitgaven
- Personeelscontracten niet verlengen
- Interen op (oude dag) reserves
- Huurverlaging onderzoeken
- Personeel ontslaan
- Bedrijf beëindigen: leegstand



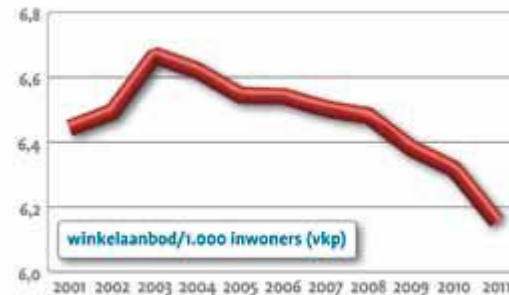
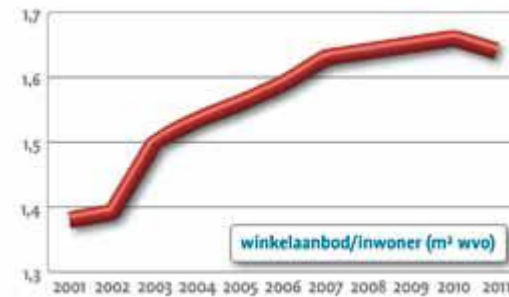
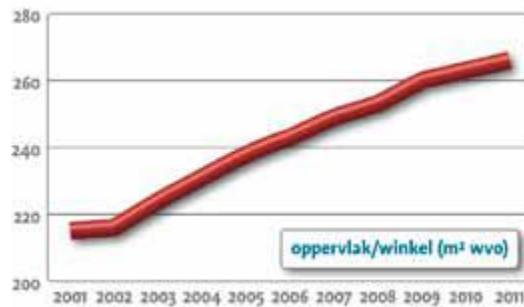
'Gaan de winkels de kantoren achterna?'

# Ontwikkelingen en trends

- Retailers
- Consument
- Internet/social media
- Vastgoed

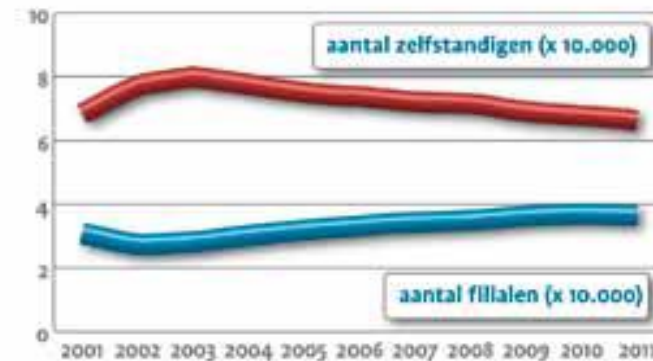
# Retailers

- Schaalvergroting gaat door



# Retailers

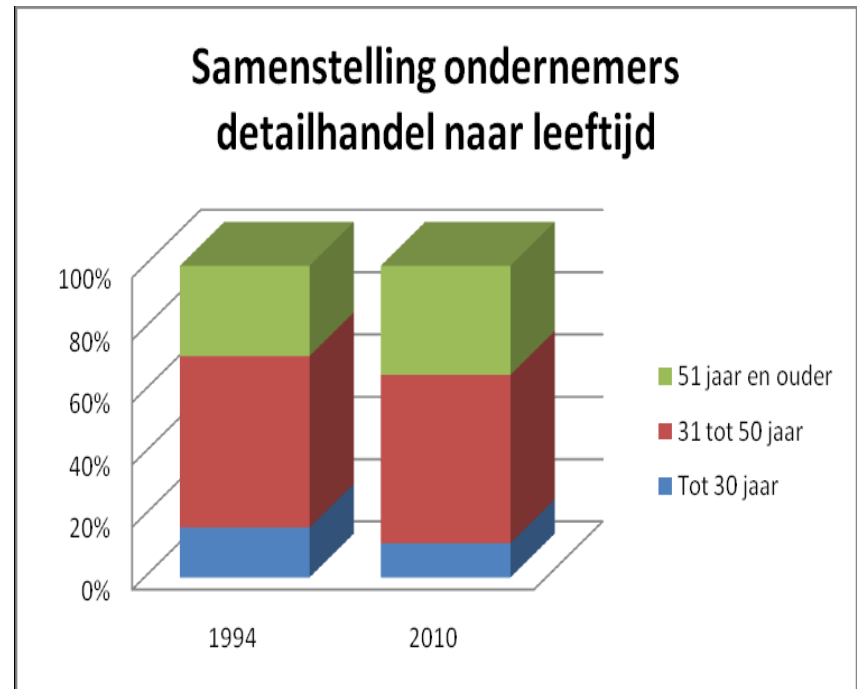
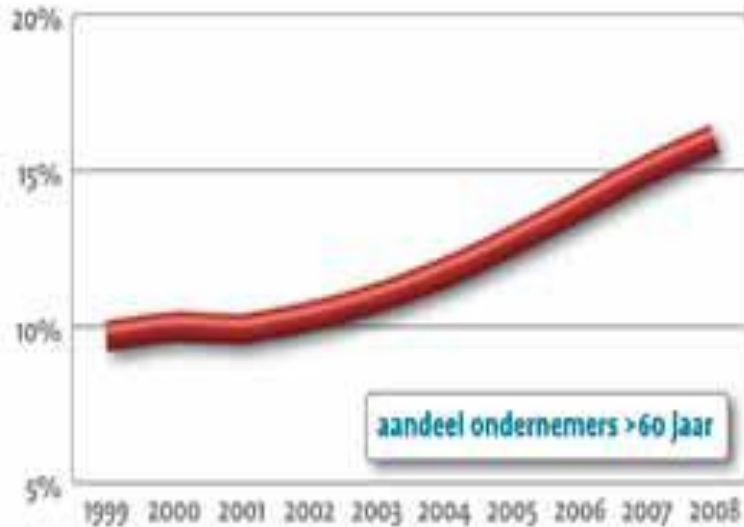
- Schaalvergroting gaat door



# Retailers

- Maar ook schaalverkleining
  - HEMA, C&A, H&M in kleinere plaatsen
  - Niche winkels

# Vergrijzend winkeliersbestand

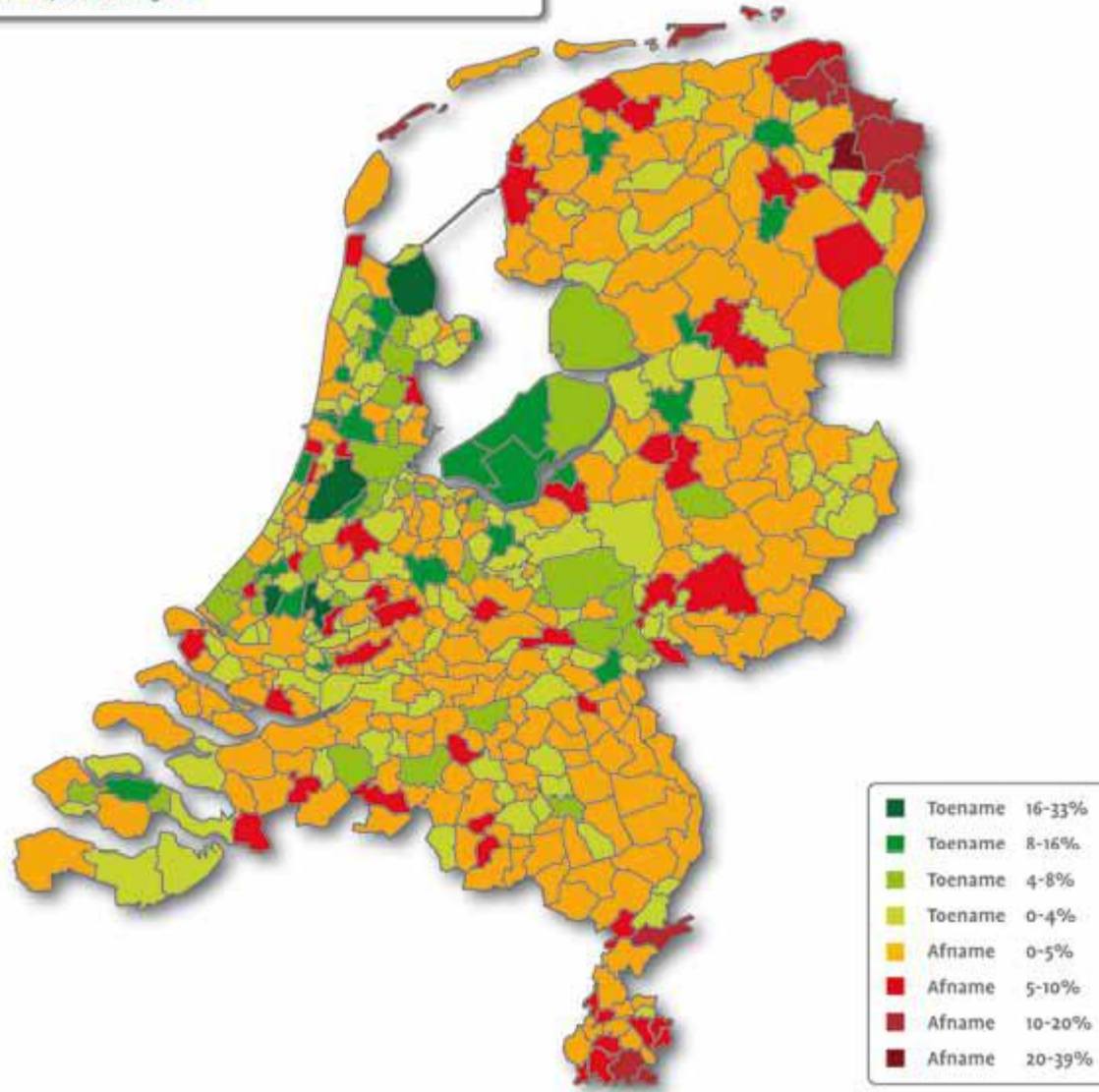


## De consument

- Demografische ontwikkeling (groei, krimp, vergrijzing)
- Oriëntatie- en koopgedrag

**Bevolkingsontwikkeling per gemeente 2009-2020**

Bron: PBL/CBS, bewerking DTNP



*Scenario A of C*

# Huishoudens 2010-2025



# Beroepsbevolking 2010-2025



## Rijke Pensionado's?

- Niet overschatten
- Gemak
- Gezondheid

# Oriëntatie- en koopgedrag



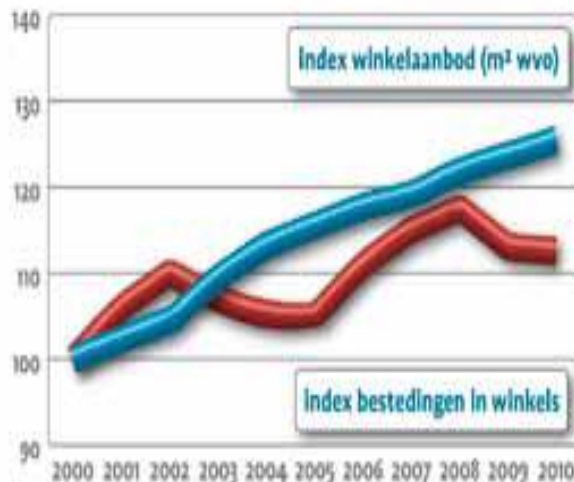
## Internet/social media

- Consument beter geïnformeerd dan de verkoper
- Internetshoppen breekt door
  - Niet alleen in reizen, boeken en elektronica, maar ook kleding en schoenen
  - Tweedehands algemeen aanvaard alternatief
  - Marktaandeel branche afhankelijk, maar groeiend
- Mobiel internet als volgende stap
  - De Wehkampmethode
- Het Nieuwe Winkelen
  - Verbinden van mobiel internet met stenen winkelgebieden



## Vastgoed

- Winkelvloeroppervlak in 10 jaar met 25% gegroeid
- Bestedingen beperkt toegenomen en soms dalend
- Huurprijzen passen zich sterk vertraagd aan
- Verborgene nul-huur (woonbranche)



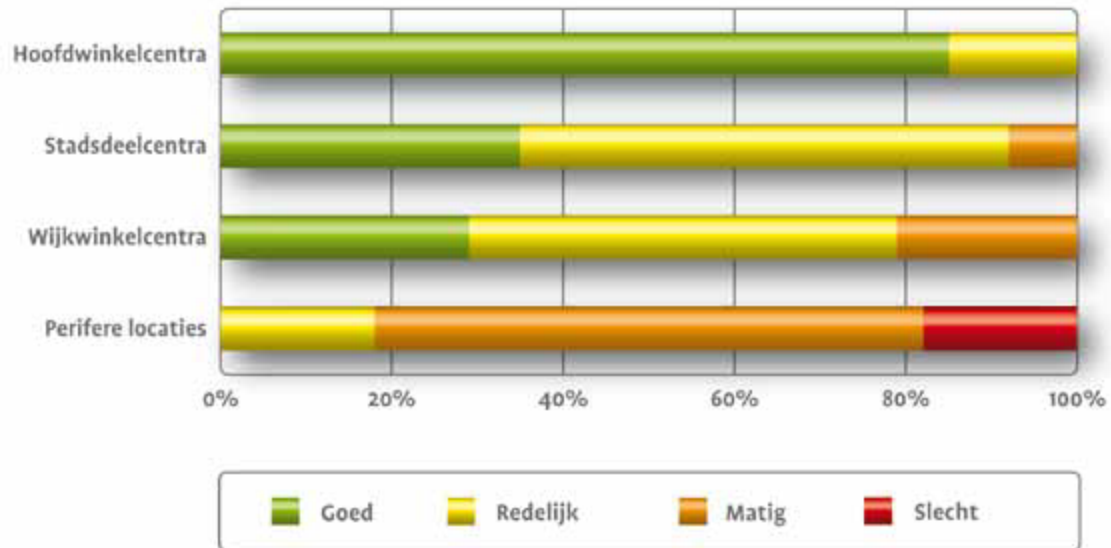
## Vastgoed

- ***Internetshoppen + bedrijfsbeëindiging:***
- *Mogelijk 20% minder winkelvloeroppervlak in 10 jr*
- Bevolkingskrimp versterkt dit proces, maar niet overal
- Vernieuwing vaak niet meer uit groei te financieren
- Naar een nieuw winkellandschap

# Het winkellandschap van straks

## Aantrekkelijkheid retailvastgoed volgens beleggers in 2010

Bron: Jones Lang LaSalle, bewerking DTNP



# kansrijk: A1 locaties



# Kansrijk: Moderne boodschappencentra



# Kansrijk (onder voorwaarden): toeristisch recreatieve centra



# Welke aanloopstraten wel en welke niet meer?



	> A1	circuit	aanbod	parking	bouw	Opmerking	Voorwaarde
<b>Kleine Kerkstraat</b>	+	-	+	+	+	Opening Zaailand vormt bedreiging	<b>Supermarkt in gemeentehuis</b>
<b>Weerd</b>	+	-	-	-	+	Zonder circuit niet levensvatbaar	<b>Verlevendiging Hofplein</b>
<b>Jacobstraat</b>	+	-	+	-	+/-	Zonder circuit kwetsbaar	<b>Vervanging hoek Hofplein/Jacobstr</b>
<b>Groentemarkt</b>	+	+	+	-	+	Kansen als Secundair winkelgebied	<b>Aktief Winkelstraat management op basis van Visie</b>
<b>Voorstreek</b>	-	-	+	+	+	Focus op bereikbaarheid	<b>Citybus vanuit Centrale</b>
<b>Tuinen</b>	-	-	-	+	+	Beperkt levensvatbaar	<b>Citybus vanuit Centrale</b>
<b>Oude Oosterstraat</b>	-	-	-	+/-	+	Beperkt levensvatbaar	<b>P garage openbaar</b>
<b>Nieuwe Oosterstraat</b>	-	-	-	+/-	-	<b>Alleen buurtfunctie</b>	<b>P garage openbaar</b>

# Aanloopstratenproblematiek

- Geen nieuwe aanloopstraten creëren
- Kansrijke aanloopstraten omzetten in recreatief/toeristisch interessante winkelgebieden
- Kansarme aanloopstraten andere functie geven

## Beleid maken

- Keuzes maken
- Ruimtelijk gemotiveerde detailhandelsstructuurvisie
- Fondsvorming maakt functiewijziging mogelijk
- Rol van overheden, corporaties en financiële instellingen

## Keuzes voor de winkelier

- Stoppen of doorgaan en zo ja hoe?
- Waar?
- Welke omvang?
- In welk branche?
- Op welke dag vrij?
- In welk samenwerkingsverband/formule?
- Met welke partners/personeel?
- Samen met concullega's of alleen?

De HBD-kansenkaart van  
**Leeuwarden**  
**De Oude Markten**



www.hbd.nl

De HBD-kansenkaart van  
**Leeuwarden**  
**De Oude Markten**

De HBD-kansenkaart vat de situatie in uw winkelgebied samen. Waar liggen de beste kansen om problemen op te lossen en uw winkelgebied toekomstwaard te geven? Het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) ondersteunt u graag met informatie en advies.



**Waarom De Oude Markten?**  
Met De Oude Markten worden de volgende straten en pleinen als samenhangend winkelgebied aangeduid: Peperstraat, Het Noauw, (Over) de Kelders, De Brol, De Groentemarkt en De Berlikumermarkt. Dit soort winkelgebieden die niet overheerst worden door grote ketens hebben alleen onder bepaalde voorwaarden een kans op succes. De Oude Markten voldoen aan enkele belangrijke voorwaarden: dichtbij het A1-gebied, voldoende winkels en ondersteunende horeca, een authentieke sfeer en je kunt er een rondje lopen. Succes is echter geenszins verzekerd! In een tijd waarin de consument zich terugtrekt en zich anders oriënteert moet het aanbod (winkels, horeca, sfeer) zo samengesteld zijn dat het voldoende bezoekers en kopers trekt. Dat kost niet alleen inza en geld, maar betekent soms ook dat er afscheid genomen moet worden van vertrouwde zaken.

De in deze Kansenkaart gedane aanbevelingen zijn alleen te realiseren door samenwerking, georganiseerd en aangejaagd door de onlangs opgerichte winkeliersvereniging, waar ondernemers in de detailhandel, de horeca en de ambachten lid van zijn, ondersteund door het Binnenstadmanagement.

**Welke winkels?**  
In een A1-gebied zoekt de consument de grote formules. In de periferie en de wijckentra wordt doelgericht gekocht. In een gebied als De Oude Markten verwacht de bezoeker verrassende winkels, gezellige gelegen-

heden, persoonlijke aandacht en een beetje verruwend, alles in een ontspannen sfeer. Bij het invullen van het winkelaanbod moet daarom heel selectief te werk worden gegaan. Winkels die niet passen bij de verwachtingen van de bezoeker, kunnen zich beter elders vestigen. Er zijn genoeg goed bereikbare en goedkopere alternatieven in Leeuwarden. Voor winkels die wel passen bij het profiel van De Oude Markten, maar die nu nog in straten met minder gunstige perspectieven gevestigd zijn (misschien wel buiten Leeuwarden), is verhuizing naar De Oude Markten sterk aan te bevelen.

**Actie** door makelaardij, eigenaren en winkeliersvereniging: panden gericht invullen en ruimtelijke mogelijkheden met andere aanloopgebieden stimuleren.

**Aantrekkelijke uitstraling**  
In welke branche je ook actief bent, het is altijd belangrijk je product op een verrassende, persoonlijke of authentieke manier aan de man te brengen. Dat maakt je winkel en daarmee ook het winkelgebied aantrekkelijker. Het is in ieder geval belangrijk dat de uitstraling van het pand aansluit op wat de bezoeker van het gebied verwacht.

**Actie** door ondernemers en eigenaren: puten, reclame-uitingen en etalages aan laten sluiten op de authentieke stijl van de Oude Markten.

Door het economische klimaat kan langdurige leegstand ontstaan, ondanks acties gericht op bedrijfsverplaatsing. Lege vensters moeten daarom ingevuld worden, bijvoorbeeld met foto's van oud-vensters van Leeuwarden, en/of gecombineerd met het monteren van markiezen. Lege winkels worden 'maskeuwinkels'.

**Actie** door pandeigenaren en gemeente: leegstand optisch maskeren.

De bestrating en het straatmeubilair staan er goed bij. Het is meer de lege ruimte die om opulling



## Je winkelgebied aanpakken

- Wat is je potentiële positie (regionaal, lokaal)?
- Welk profiel is het meest kansrijk?
- Wat is daarvoor nodig?
  - Aanbod
  - Uitstraling
  - Openbare ruimte/verkeer
  - Promotie
  - Klantbenadering
- Wie moet wat doen?
  - Ondernemers/pandeigenaren
  - Gemeente

retail  
2020

# re's truc ture

cbw•mitex

# Bevolgingskrimp en winkelgebieden

## Dynamiek door beleid

*Hoe de overheid de winkelmarkt stimuleert*

cbw•mitex

# HBD.NL

**Dank voor uw  
aandacht**