

Sprekende Cijfers

Winkelmarkten



De Nederlandse hoofdwinkelgebieden

21 GEMEENTEN

Ondersteunende regionale winkelfunctie

33 GEMEENTEN

Krimp van het totale winkeloppervlakte

144 GEMEENTEN

Toename van de leegstand (m²)

138 GEMEENTEN



Sprekende Cijfers Winkelmarkten

Een uitgave van Dynamis B.V.

© Copyright 2017

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden gekopieerd en/of verveelvoudigd of in enigerlei andere vorm openbaar gemaakt worden zonder schriftelijke toestemming van de eigenaar Dynamis B.V.

Deze rapportage is verkrijgbaar bij:

Dynamis B.V.
Afdeling Research
Orteliuslaan 5
3528 BA Utrecht
dynamis@dynamis.nl
030 767 03 90

Voorwoord

Hierbij presenteren wij onze jaarlijkse Spreekende Cijfers Winkelmarkten rapportage. Zoals u van ons gewend bent geeft deze rapportage inzicht in zowel de landelijke ontwikkeling als de ontwikkeling op regionaal niveau. De veertien regionale partners van Dynamis met in totaal 40 vestigingen beschikken over unieke lokale kennis, waarbij wij door onze landelijke dekking tevens een totaalbeeld voor Nederland kunnen geven. In totaal beslaat deze Spreekende Cijfers 29 hoofdwinkelgebieden verspreid over het land, waarbij aanbod-, opname- en de leegstandontwikkeling wordt geanalyseerd.

De winkelmarkt van Nederland wordt nog steeds geteisterd door een groot aantal faillissementen en dit heeft haar weerslag op de Nederlandse winkelstraten. Daarnaast staan enkele formules op het punt om het aantal vestigingen te verminderen, waardoor de noodzakelijke herijking op de winkelmarkt nog niet ten einde is. In deze editie staan wij vooral stil bij deze herijking en de mate waarin er adequaat vanuit de verschillende actoren op de vastgoedmarkt wordt gereageerd. Uit deze analyse blijkt dat vooral middelgrote gemeenten, die voorheen een regiofunctie hadden, te maken hebben met hoge leegstandcijfers als gevolg van de herijking.

Op basis van analyses van (nieuwe) retailers blijkt dat de vestigingsstrategie van veel retailers is gewijzigd naar vaak een concentratie in 21 hoofdwinkelgebieden. De herijkte vestigingsstrategie van deze retailers is het gevolg van een sterke omarming van de omnichannel strategie. Door online altijd bereikbaar te zijn volstaat een minder sterk verweven vestigingsbeleid en wordt de klant meer bediend vanuit de onlineshop met ondersteuning van de fysieke winkel op (korte) afstand.

Als reactie op de hoge leegstandcijfers die het gevolg zijn van deze herijking is zichtbaar dat gemeente, eigenaren en huurders vaak de handen in één slaan om te komen tot een gedegen leegstands aanpak. Tot op heden beperkt dit zich echter tot vraagstimulerende maatregelen om nieuwe retailers aan te trekken, terwijl de oorzaak van de problematiek ligt bij een te groot winkelaanbod. Gemeenten die zich focussen op een meer aanbodgestuurde aanpak slagen er tot op heden het beste in om de winkelmarkt meer in balans te brengen, met als gevolg dat de winkelleegstand binnen het centrale winkelgebied sterk daalt. Hier worden bijvoorbeeld niet alleen winkels omgebouwd naar horecaconcepten, maar vinden ook onttrekkingen plaats door transformatie naar woonruimte of sloop. Voor veel gemeenten blijft de stap naar acceptatie van krimp van de winkelvoorraad er één te ver.

Graag bedanken wij onze researchmedewerkers en makelaars van de veertien partners in Dynamis voor hun medewerking aan de totstandkoming van deze Spreekende Cijfers Winkelmarkten rapportage. Door middel van deze regionale partners met hun lokale marktkennis is wederom een volledig, betrouwbaar en marktonderscheidend rapport gerealiseerd.

Mochten naar aanleiding van de rapportage vragen zijn, dan staan wij u graag te woord.

Drs. ing. Wilfred van der Neut MRE
Directeur Dynamis

Frank Verwoerd MSc RE
Research Manager Dynamis

Peter Rotteveel MRICS RT RICS Registered Valuer
Voorzitter Vakgroep Winkels

Rogier Weck MSc
Junior Researcher

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Herijking winkelaanbod nog zeer beperkt zichtbaar	5
Fysieke kledingwinkels profiteren het minst van sterkere koopkracht	6
Leegstand landsbreed gedaald, wel toename op toplocaties	6
In middelgrote gemeenten stijgt de winkelleegstand juist wel	6
Online en fysieke bereikbaarheid zorgt voor andere vestigingsstrategie	7
Aantal stadscentra met een regiofunctie loopt terug	9
Probleem: huidige aanpak vooral vraagstimulerend	11
Eerste krimp van het winkelbestand bij gemeenten zichtbaar	11
Acceptatie van krimp nog in weinig detailhandelsvisies terug te vinden	13
Gemeente Roosendaal en Waalwijk: op weg naar een compacter centrum	13
Uitbreiding van de winkelvoorraad in beperkt aantal steden	14
Ruimte voor groei, maar vooral aandacht voor krimp en opschalen van voorzieningen	14
Sprekende Cijfers Regionaal	16
Bijlagen:	
Begrippen	

Herijking winkelaanbod nog zeer beperkt zichtbaar

Na een hevig faillissementenjaar in 2016, zet het aantal faillissementen onder (grotere) winkelketens ook in 2017 nog door. Zo zijn onder andere het laatste half jaar Witteveen Mode, Tuunte, Phone House, Euroland en Charles Vögele failliet verklaard. Daarnaast heeft één van de grotere winkelruimtegebruikers Blokker Holding met in totaal 2.168 winkels in binnen- en buitenland, aangegeven te gaan reorganiseren, afschalen en onderdelen te gaan verkopen. Voorts leiden veel winkelketens (o.a. Coolcat, Blokker en in mindere mate HEMA) nog verliezen, zodat aanpassingen in formules, verkoopkanalen, logistiek of het aantal vestigingen de komende jaren nog moeten worden ingepast in het bedrijf, waardoor winstgevendheid weer mogelijk kan zijn. Ook deze aanpassingen zullen naar verwachting per saldo gaan leiden tot een daling van het aantal vestigingen, wat haar impact zal hebben op de winkelvraag in met name de kleinere en middelgrote gemeenten. Al met al kan worden gesteld dat de Nederlandse winkelstructuur ook de komende periode nog te maken zal krijgen met een vraagdaling vanuit de retailers, die leegstandcijfers onder druk kunnen zetten.

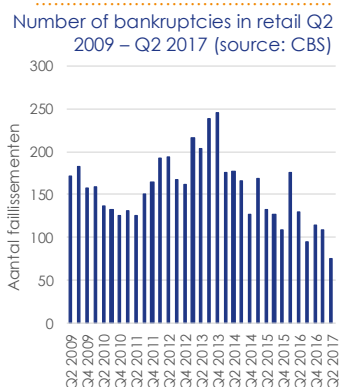
Toch ligt het aantal faillissementen van retailers aanzienlijk lager dan voorgaande jaren. Zo daalde het aantal faillissementen in 2017 sterk, zeker ten aanzien van het piekjaar 2013, toen vooral kleinere ondernemingen in de detailhandel failliet gingen. Ondanks dat de laatste jaren juist grotere retailers failliet werden verklaard, is ook de impact van de faillissementen in 2017 op de Nederlandse winkelstructuur minder groot dan voorgaande jaren. Alleen op basis van de grotere failliete retailers zijn halverwege dit jaar circa 400 vestigingen (tijdelijk) gesloten. Ter vergelijking over heel 2016 betrof het in totaal 1.123 winkelruimtes die moesten sluiten vanwege faillissement, in 2015 waren dit zelfs 1.600 winkelruimtes.

Enige nuance is er bij de sluiting van winkels na faillissement wel te maken. Immers blijkt uit de analyse van vijftig grotere retailers die in de afgelopen vijfentwintig jaar failliet zijn verklaard dat circa 53% een doorstart maakte. Wel gaat dit normaliter gepaard met een sterke inkrimping van het aantal vestigingen. Bij de ketens waar sprake was van een doorstart halveerde gemiddeld het aantal winkels ten aanzien van het oorspronkelijke aantal.

Ook is zichtbaar dat enkele internationale retailers (o.a. Hudson's Bay, Pull & Bear en Bershka) en budgetretailers (Big Bazaar, Action en Op=Opvoordeelshop) hun kans schoon zien om een groei van het aantal vestigingen te realiseren. Waar de internationale retailers kiezen voor een selectieve vestigingsstrategie, is zichtbaar dat de budgetretailers juist kiezen voor een sterke verwevenheid in de Nederlandse winkelstructuur. Voor beide type retail geldt dat dit een logische strategie is als wordt gekeken naar de omzetontwikkeling van de verschillende branches in de detailhandel.

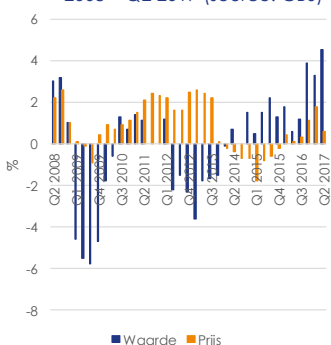
Nast nieuwe vestigingen van retailers zijn er telkens meer horecaconcepten in de winkelstraten zichtbaar; deze concepten voerden afgelopen jaar (medio 2016/2017) ook de boventoon in het transactievolume. In totaal lag het totale transactievolume in de 29 hoofdwinkelgebieden op 222.850 m². Ook dit jaar heeft Hudson's Bay een aandeel van bijna 30% van het totale opnamevolume. De verwachting is wel dat er voor het laatst sprake was van een sterk Hudson's Bay effect, waardoor het aandeel opnames van grote metrages aankomend jaar beperkt zal zijn. De sterke transactievolumes in de afgelopen jaren zorgen ervoor dat het aanbod stevig daalt. Inmiddels ligt het beschikbare aanbod in de 29 hoofdwinkelgebieden op 204.050 m², waardoor de markratio boven de 100% blijft. Voor uitgebreidere inzichten aangaande de 29 hoofdwinkelgebieden, wordt verwezen naar de regiosheets vanaf pagina 16.

Aantal faillissementen in de detailhandel Q2-2009 – Q2 2017 (bron: CBS)



Omzetontwikkeling (jaar op jaar) detailhandel Nederland in waarde en prijs Q2-2008 – Q2 2017 (bron: CBS)

Turnover retail sales (YOY) in the Netherland in value and price Q2 2008 – Q2 2017 (source: CBS)



Fysieke kledingwinkels profiteren het minst van sterkere koopkracht

Waar een toename zichtbaar is van het aantal horecaconcepten en budgetretailers neemt juist het aanbod van kledingwinkels af. Nieuwe kledingretailers kiezen ervoor om een minder sterke verwevenheid te hebben in de Nederlandse winkelstructuur, dit vindt haar oorsprong in het feit dat de kledingbranche vooral online profiteert van omzetgroei. Waar de omzet van de totale detailhandel in het tweede kwartaal van 2017 met 4,5% steeg ten opzichte van het jaar ervoor, was de stijging binnen de kleding, schoenen en textielbranche met +1,7% aanzienlijk minder sterk. Deze beperkte stijging in combinatie met de sterke omzetontwikkeling van de webwinkels(+17%) leidt er toe dat telkens meer kledingwinkels investeren in een klantvriendelijke online omgeving om mee te profiteren van de omzet die daar wordt gerealiseerd. De online bereikbaarheid zorgt er uiteindelijk voor dat de fysieke winkel aan kracht en belang verliest, waardoor een sterke verwevenheid binnen deze branche minder urgent is.

Leegstand landsbreed gedaald, wel toename op toplocaties

De veranderende strategie van veel retailers en de faillissementen van de afgelopen jaren laten inmiddels hun sporen achter in het winkellandschap. Toch is afgelopen jaar de winkelleegstand op basis van winkelvloeroppervlakte gedaald naar 7,4% op 1 juli 2017 (Locatus). Dit betekent dat de leegstand ten aanzien van medio 2016 0,9% is gedaald. Medio vorig jaar bedroeg de leegstand immers nog 8,3%. Wel moet worden opgemerkt dat de daling van de winkelleegstand op pandniveau aanzienlijk minder sterk is. Medio 2016 stond nog 7,3% van alle winkelpanden leeg, begin 2017 is dit slechts gedaald naar 7,2%.

Als wordt gekeken naar de verschillende winkelsegmenten binnen de centrale winkelgebieden dan valt op dat met name op A-locaties de winkelleegstand het laatste jaar is toegenomen. Dit in tegenstelling tot de winkelleegstand op B- en C-locaties, op deze locaties is eerder sprake van een stabilisatie of zelfs een daling van de winkelleegstand waar te nemen. De oorzaak hiervan ligt vooral bij de recente faillissementen van grotere retailers die zich vaak hadden gevestigd in A1- of A2-locaties. De toegenomen leegstand op deze locaties zorgt ervoor dat huurprijzen over gehele breedte van het centrale winkelgebied onder druk komen te staan. Uitzondering hierop zijn de centrale winkelgebieden waar nauwelijks sprake is van leegstand in bijvoorbeeld Amsterdam en Utrecht.

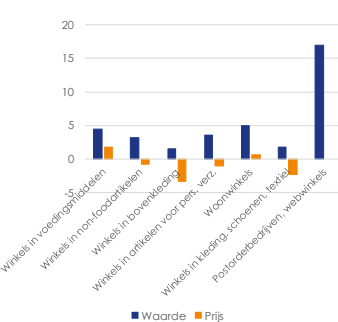
In middelgrote gemeenten stijgt de winkelleegstand juist wel

Ondanks dat gemiddeld genomen de leegstand daalt, blijkt dat de leegstand in bijna de helft van de middelgrote gemeenten (50.000 – 100.000 inwoners) juist is gestegen. Daarnaast is de leegstand in middelgrote gemeenten zowel in aantallen als in volume het hoogste ten aanzien van andere gemeentegrootteklassen.

Gemeentegrootte naar inwonersaantal	Gemiddelde leegstand (in aantallen, %)	Gemiddelde leegstand (in m ² , %)	Aandeel gemeenten dalende leegstand (%)	Aandeel gemeenten stabiele leegstand (%)	Aandeel gemeenten stijgende leegstand (%)
≤ 10.000	5,9	4,5	33	42	25
10.000 - 25.000	6,5	7,1	27	40	33
25.000 - 50.000	7,7	7,7	38	23	39
50.000 - 100.000	9,0	9,3	39	13	48
100.000 - 150.000	7,0	7,1	64	14	21
≥ 150.000	6,1	7,4	53	24	24
Totaal	7,2	7,8	35	29	36

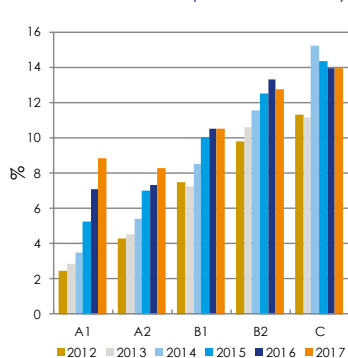
Omzetontwikkeling (jaar op jaar) branches detailhandel in waarde en prijs Q2 2017 (bron: CBS)

Turnover retail sales branches (YOY) in value and price Q2 2017 (source: CBS)



Leegstandsontwikkeling naar winkelsegment in verkooppunten (2012 – 2017) (bron: Locatus)

Vacancy to retail segment based on total shops (2012-2017) (source: Locatus)



Leegstandsontwikkeling (1 juli 2016 en 1 januari 2017) naar gemeentegrootteklasse. Jaar op jaar vergelijk o.b.v. aantallen leegstaande winkels (bron: Locatus, CBS bewerking Dynamis)

Vacancy rate (1th July 2016 vs 1th Januari 2017) to municipality size class. Y-o-Y comprising based on amount of vacant shops (source: Locatus, CBS, adjustment Dynamis)

Uit deze cijfers blijkt eens te meer dat vooral de middelgrote gemeenten te lijden hebben onder de sterke faillissementengolf die de winkelsector de laatste jaren heeft geteisterd. Ook de gevolgen van inkrimping van het aantal vestigingen bij retailers zijn juist voelbaar bij deze middelgrote gemeenten. Ook als naar de leegstand op centrumlocaties (per 1 juli 2017) wordt gekeken is zichtbaar dat bij middelgrote gemeenten de problematiek het grootste is, in deze gemeenten staat gemiddeld genomen meer dan één op de tien winkelruimten binnen het centrumgebied leeg.

Toch zijn er ook bij deze middelgrote gemeenten sterke verschillen zichtbaar, zo is de leegstand in het centrale winkelgebied van Schiedam (24,8%), Almelo (23,2%) en Heerlen (20,9%) relatief hoog en staat meer dan één op de vijf winkels leeg. Terwijl in Capelle aan den IJssel (3,1%) en Amstelveen (3,2%) de leegstand relatief laag is met slechts 1 op de 32 winkels die leeg staat.

Gemeentegrootte naar inwonersaantal	Gemiddelde leegstand centrumgebied (in aantal, %)	Gemiddelde leegstand centrumgebied (in m ² , %)
≤ 10.000	7,0	5,9
10.000 - 25.000	8,9	9,2
25.000 - 50.000	10,3	9,6
50.000 - 100.000	12,3	12,6
100.000 - 150.000	9,2	10,2
≥ 150.000	7,8	9,7
Totaal	9,7	9,6

Winkelleegstand centrumgebied per gemeentegrootte peildatum 1 juli 2017 (bron: Locatus)

Vacancy rate center shopping area in municipality size, 1th of July 2017 (source: Locatus)

Winkelleegstand centrumgebied per gemeente op basis van vwo peildatum 1 juli 2017 (bron: Locatus)

Vacancy rate center shopping area in municipalities based on store floor area, 1th of July 2017 (source: Locatus)

Top 10: Hoogste winkelleegstand centrumgebied (gemeente)¹

1. Waddinxveen
2. Schiedam
3. Rijswijk
4. Almelo
5. Oldenzaal
6. Heerlen
7. Veendam
8. Kerkrade
9. Sittard-Geleen
10. Duiven

Top 10: Laagste winkelleegstand centrumgebied (gemeente)¹

1. Borger-Odoorn
2. Voorschoten
3. Eijsden-Margraten
4. Amsterdam
5. Kaag en Braassem
6. Texel
7. Buren
8. Wijdmeren
9. Bergen (Nh.)
10. Utrecht

Online en fysieke bereikbaarheid zorgt voor andere vestigingsstrategie

Het feit dat er sterke verschillen ontstaan in de leegstandscijfers en het sterkst tot uitdrukking komen bij middelgrote gemeenten heeft een tweetal oorzaken. Ten eerste kennen veel middelgrote gemeenten vanuit de historische groei van de stad een relatief grote winkelkern met een groot aanbod aan winkelruimte. Dit grote aanbod aan winkelruimte is destijds gecreëerd voor het regionale verzorgingsgebied. Tot voor kort kenden deze winkelgebieden dan ook nog een sterke regiofunctie voor de steden en dorpen rondom deze middelgrote gemeenten.

Voorts heeft de eerder beschreven veranderende vestigingsstrategie belangrijke invloed op de vraag naar winkelruimte. Het feit dat een mindere sterke verwevenheid van de retailer in het winkellandschap is gevraagd, heeft alles te maken met de verbeterde fysieke en online bereikbaarheid van de winkel tot de klant. Telkens meer retailers kiezen ervoor om meer te investeren in de omnichannel verkoopstrategie, waardoor men automatisch minder afhankelijk wordt van de traditionele fysieke winkel. Veel van oudsher fysieke retailers spreken zich in haar

¹ Top 10 is opgesteld op basis van leegstandspercentage op basis van aantal winkelpanden van gemeenten met tenminste 10.000 inwoners en tenminste 200 winkelpanden binnen de gemeente

doelstellingen ook uit om circa 20% van de omzet te behalen middels onlineverkoop, terwijl dit op dit moment, afhankelijk van de branche gemiddeld tussen de 8 tot 10% ligt. In feite wordt hiermee voorgesorteerd op een sterkere afroming van omzet naar de online verkoopkanalen.

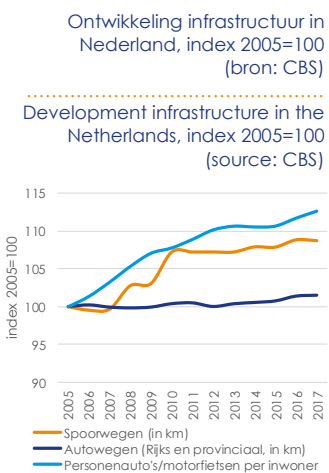
De verbeterde online bereikbaarheid zorgt er ook voor dat de internationale concurrentie telkens groter wordt. Door innovaties binnen de logistieke sector betreden telkens meer onlineshops de Nederlandse markt waardoor er meer omzet binnen de detailhandel afvloeit naar (buitenlandse)webshops. Zo wint het Chinese Alibaba sterk terrein mede doordat het de Nederlandse markt dichterbij heeft gebracht door een bezorgsamenwerking aan te gaan met PostNL, waardoor er vanuit China binnen zeven dagen kan worden geleverd.

Daarnaast gaat ook de innovatie van bezorging binnen Nederland door. Zo wordt er sterk geïnnoveerd om de bezorgsnelheid en bezorgkosten op de laatste en eerste kilometer te verkleinen. In Nederland is dit vooral nog zichtbaar door pick-up points en de levering per fiets, door onder andere het recent uitgerolde logistieke netwerk fietskoeriers.nl, in de steden om de kosten van de laatste kilometers te verlagen. In het buitenland wordt echter nog heviger geïnnoveerd in de bezorgwijze. Zo wordt er inmiddels door enkele grotere webshops (Amazon, Alibaba) ingezet op de bezorging per drone. Amazon heeft inmiddels haar eerste testbezorgingen per drone uitgevoerd en is er een patent aangevraagd voor een geautomatiseerde dronetoren.

Fysieke winkels met niet-dagelijkse producten moeten iets toevoegen

Om te kunnen concurreren met webshops zal een fysieke winkel of een winkelcentrum iets moeten toevoegen. Dit geldt in belangrijke mate voor winkels met niet-dagelijkse producten. De toevoeging kan zitten in de ambiance waarin aankopen worden gedaan. Is het winkelcentrum bijvoorbeeld aantrekkelijk om in te 'funshoppen'? Daarnaast zal een retailer haar toegevoegde waarde van de fysieke winkel moeten kunnen tonen door een belevingswaarde te creëren, dit kan door blurring, digitale 3D paskamers, extra service, gratis gadgets of door het toevoegen van kennis die op internet niet afdoende kan worden overgebracht. Een voorbeeld daarvan is de toegevoegde waarde die een retailer als Runnersworld levert met haar loopanalyse. Op basis van de loopanalyse in de fysieke winkel kan een advies worden gegeven over de best passende schoen. Door een dergelijke korte analyse wordt toegevoegde waarde gegeven aan het fysiek bezoeken van de winkel waardoor een klant eerder geneigd is naar de winkel te gaan, dan een hardloopschoen op één van de vele webshops aan te schaffen.

Naast deze sterke verbetering van de online bereikbaarheid van producten, moet het effect op de vestigingsstrategie van retailers door verbeterde bereikbaarheid door fysieke infrastructuur ook niet onderschat worden. In de laatste decennia is de mobiliteit sterk verbeterd en daarmee de (gevoelsmatige) reistijd tussen grote steden en kleinere steden en dorpen aanzienlijk verminderd. Niet alleen is het aantal verbindingen over de weg en rail toegenomen, ook is het aantal personenauto's en motorfietsen per inwoner sterk toegenomen, waardoor de mobiliteit en wendbaarheid van inwoners in Nederland is verbeterd. Dit zorgt ervoor dat de winkelgebieden in de omgeving van de eigen woonplaats gemakkelijker bereikbaar zijn dan in het verleden. Daarnaast investeert het Rijk in het programma Hoogfrequent Spoorvervoer, waarin de doelstelling is om op de belangrijkste trajecten elk uur zes intercity's en twee tot zes sprinters te laten rijden. Dit betekent dat er op termijn een spoorboekloos rijden ontstaat en de afstand tussen steden verder wordt verkleind. Dit staat nog los van andere innovaties op het gebied van mobiliteit.



Aantal stadscentra met een regiofunctie loopt terug

Als we naar de toekomst kijken zal de beschreven mobiliteit en bereikbaarheid van producten en steden alleen maar toenemen, zeker met de innovatie in de online verkoopkanalen, de verbeteringen in het openbaar vervoer en de nieuw te realiseren fietssnelwegen die in veel provincies hoog op de agenda staan. In hoeverre een consument haar boodschappen in de grote steden gaat doen blijft wel afhankelijk van welke aankopen er gedaan worden.

De verwachting is dat voor dagelijkse boodschappen de consument nog altijd het liefst kiest voor een winkelcentra nabij, terwijl voor minder dagelijkse boodschappen men eerder een langere afstand wil afleggen of een aankoop/oriëntatie doet via de online verkoopkanalen. Uiteraard is dit een gegeven die ook in het verleden gold, echter is de reikwijdte van consumenten aanzienlijk vergroot, waardoor niet-dagelijkse boodschappen vaker in grotere steden of online worden aangekocht. Dit alles zorgt ervoor dat de toevloeiing van omzet vanuit randgemeenten in middelgrote steden minder sterk is dan in het verleden. De afvloeiing van omzet naar grote steden en de online wereld is echter telkens groter, waardoor de totale omzetontwikkeling bij middelgrote steden achterblijft bij de omzetontwikkeling in bijvoorbeeld de grote steden.

Uiteindelijk kent deze verandering in het koopgedrag van de consumenten een sterke invloed op de vestigingsstrategie van de retailers en is terug te zien bij het vestigingsbeleid van nieuwe retailers die zich in Nederland vestigen. Vaak kiezen deze retailers slechts voor een select aantal steden met een sterke aantrekkingskracht. Deze selecte vestigingsplaatskeuze is mede ingegeven door de omnichannel gedachte, waarbij een belangrijk deel van de consumenten kan worden bediend vanuit de webshop ondersteunt door een fysieke winkel op (geringe) afstand. Dit alles heeft tot gevolg dat sommige gemeenten met een te groot winkelaanbod komen te zitten, waarbij leegstaande winkelruimtes niet vanzelfsprekend worden ingevuld door nieuwe formules.

Al met al kan op basis van de vestigingsstrategie van nieuwe retailers en de toen afvloeiingsomzet van centrumwinkelgebieden worden gesteld dat er in Nederland nog slechts 21 steden zijn met een sterke regionale centrumwinkelfunctie. De regiofunctie zal door de vestiging van nieuwe winkelformules naar verwachting alleen maar sterker worden, zeker ook omdat in de steden waar de regiofunctie kleiner wordt dit type detailhandelformules niet (terug) zal komen. De regiofuncties worden derhalve versterkt door de schaarste van specifieke formules. Dit kan uiteindelijk uitwerken in additionele (nieuwbouw)vraag naar winkelruimte in deze steden, doordat er geen of onvoldoende geschikt aanbod is.

Naast deze hoofdwinkelgebieden in Nederland zijn er 33 steden (c.q. gemeenten) aan te wijzen die een ondersteunende regionale functie kennen, voorheen kenden deze gemeenten vaak nog een sterke regionale functie. De overige gemeenten hebben een winkelgebied die een lokaal of soms een bovenlokale functie kennen.

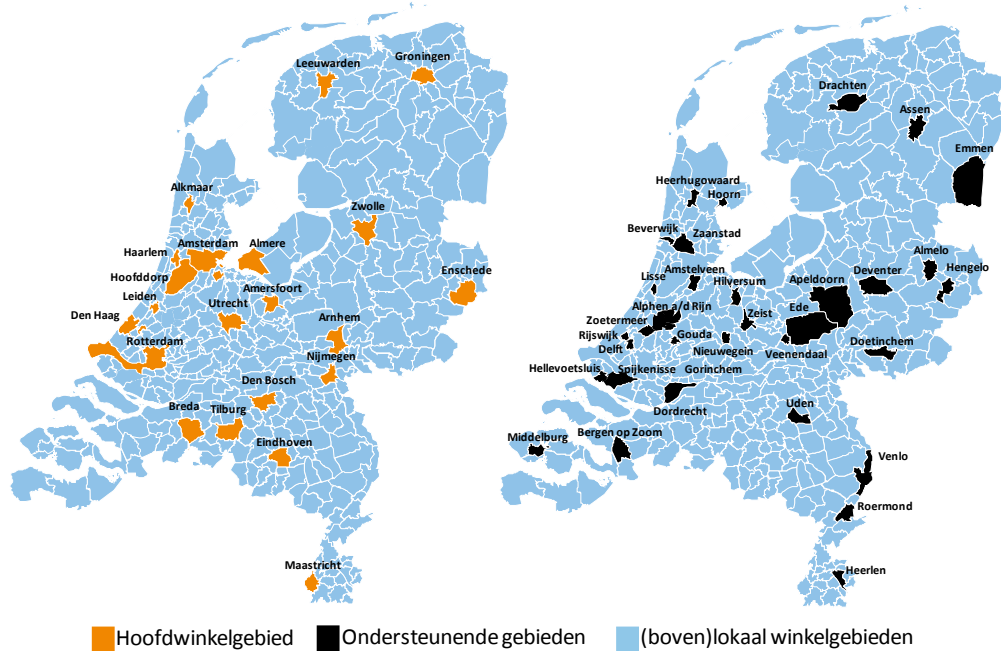
Als naar de leegstandcijfers wordt gekeken op basis van deze typologieën, blijkt dat vooral de ondersteunende gebieden veel last ondervinden van de herijking op de winkelmarkt. In deze gebieden ligt de leegstand zowel in aantallen als in oppervlakte ruim boven de gemiddelde leegstand in het centrumgebied. De oorzaak is te vinden in het hoge aantal faillissementen die juist in deze gemeenten zijn neergeslagen. Tevens wordt de ruimte die hierdoor vrijkomt slechts in beperkte mate gevuld door nieuwe retailers. Juist de vestiging van nieuwe formules in

vrijkomende winkelpanden is wel sterk zichtbaar in de 21 hoofdwinkelgebieden in Nederland.

Typologieën winkelgebieden (centrum) in Nederland

Typologieën centrum winkelgebieden o.b.v. vestigingsplaats nieuwe retailers en toe- en afvloeingsomzet (Bron: Dynamis, KSO's)

Typologies of center shopping areas based on the strategy of new retail chains in the Netherlands and reflux/outflow sales volume (source: Dynamis and purchasing behavior research)



Leegstand naar winkeltypologie
Bron: Locatus, bewerking Dynamis

Vacancy to shopping area typology
Source: Locatus, adjustment Dynamis

Typologieën centrum winkelgebieden	Gemiddelde leegstand centrumgebied (in aantal, %)	Gemiddelde leegstand centrumgebied (in m ² , %)
Hoofdwinkelgebied	7,5	9,8
Ondersteunende gebieden	12,5	13,2
(Boven)lokaal winkelgebied	9,5	9,3
Totaal	9,7	9,6

Het feit dat in ondersteunende gebieden winkelruimtes zich niet direct weer vullen blijkt ook uit de leegstand van de oude V&D panden. Ruim anderhalf jaar na het faillissement van de V&D hebben nog steeds 27 van de 62 winkelpanden geen nieuwe, permanente invulling. Maar liefst 18 winkelunits zijn gelegen in het centrum van deze ondersteunende gebieden. Dit betekent dat 72% van de winkelunits in deze gebieden nog leeg staan, terwijl in de hoofdwinkelgebieden dit slechts 4% betreft. Dit gaat alleen om de winkelunit in Eindhoven, die naar verwachting ook op korte termijn zal worden verhuurd.

Leegstand V&D objecten naar winkeltypologie

Vacancy V&D shops to shopping area typology

Typologieën centrum winkelgebieden	Mediane winkelunit (m ²)	Totaal aantal winkelunits	% leegstand in aantallen
Hoofdwinkelgebied	13.000	23	4%
Ondersteunende gebieden	4.800	25	72%
(Boven)lokaal winkelgebied	4.300	14	57%
Totaal	8.050	62	44%

Opvallend is dat ondanks de intussen relatief lange leegstand van de V&D panden er veelal nog niet veel concrete plannen zijn. In enkele gemeenten is er reeds voor gekozen om het object te slopen of te transformeren naar woningen of een kantoor. Voorts kiezen sommige eigenaren er voor om de ruimte op te splitsen om de verhuurkans van het object te vergroten. Dit is onder andere succesvol gelukt in Goes, waar Vidrea Retail, de Action, slijterij Bie de Bolle en de

horecagelegenheid De Dam allen een deel van de achtergelaten ruimte huren. Bij het merendeel van de leegstaande objecten is echter nog geen oplossing gevonden. Op korte termijn lijkt zich echter ook niet zomaar een huurder aan te dienen, waardoor alternatieve aanwending voor veel van deze objecten nodig lijkt.

Probleem: huidige aanpak vooral vraagstimulerend

De problematiek rondom de leegstand van de V&D is typerend voor de herijking die er in het Nederlandse winkellandschap gaande is. Het feit dat veel retailers, al dan niet gedwongen vanwege faillissement, afscheid nemen van een aantal vestigingen zorgt ervoor dat er ook kritisch moet worden gekeken naar de juiste hoeveelheid winkelruimte voor het betreffende verzorgingsgebied. Daarbij ontstaat de voornaamste vraaguitval van retailers hoofdzakelijk bij middelgrote gemeenten, waardoor de leegstand op deze locaties het sterkst toeneemt.

Tot op heden werden oplossingen voor leegstand vooral gezocht in het zoeken naar een nieuwe winkelhuurder. Makelaars ondervinden echter telkens meer problemen bij het vinden van formules die zich op dergelijke locaties willen vestigen. Deels komt dit door een onjuist metrage van de betreffende unit, maar vaker komt het doordat de winkelformule afziet van een vestiging met een te beperkt verzorgingsgebied. In meer gemeenten worden intussen instrumenten ingeschakeld om de aantrekkelijkheid van het centrum te verbeteren om zo meer vraag vanuit de retailer en de consument te realiseren. Veelal worden dit soort instrumenten financieel ondersteunt door gemeenten, eigenaren en huurders. Zo wordt in gemeenten waar de leegstand hoog is een centrummanager aangesteld en een Bedrijven Investerings Zone (BIZ) opgericht. Ook zet men in op gratis parkeren in het centrum, meer groen in het centrum of regelluwe winkelgebieden. Deze instrumenten stimuleren echter vooral de vraagzijde, terwijl juist uit de recente ontwikkeling blijkt dat de vraag vanuit de retailer en de consument in veel gemeenten kleiner wordt, door een kritischer vestigingsbeleid.

Dit gegeven zorgt ervoor dat gemeenten en eigenaren van het winkelbezit kritisch naar het totale winkelbestand binnen een gemeente zullen moeten kijken. Dit geldt niet alleen voor gemeenten die in bevolkingsomvang krimpen of stabiliseren, maar ook voor middelgrote gemeenten die de komende decennia nog een bevolkingsgroei kennen. De afvloeiingsimpact naar andere steden en de onlinekanalen is dermate groter dan de omzetgroei die gerealiseerd kan worden vanuit de bevolkingsgroei dat het huidige winkelbestand zowel nu als in de toekomst als te ruim kan worden beschouwd. Dit zal zeker gelden als doelstellingen van veel retailers worden gerealiseerd om 20% van de omzet te genereren door online verkopen. Zodoende zal de focus van veel gemeenten moeten worden verlegd van vraagstimulerende maatregelen naar aanbodgerichte maatregelen, die er toe leiden dat het winkelbestand passend is voor de door de retailers gevraagde winkelruimte.

Eerste krimp van het winkelbestand bij gemeenten zichtbaar

Het feit dat veel gemeenten kampen met een te groot winkelbestand wordt onderstreept door de retailagenda, waar wordt gesproken van een overcapaciteit van het aantal winkelmeters van 20%. Aan de hand van retaildeals met provincie en gemeenten wordt gewerkt aan een duurzame en toekomstbestendige winkelstructuur op gemeente en regionaal niveau.

Inmiddels lijken de 140 retaildeals met gemeenten haar eerste uitwerking te hebben op de winkelmarkt. Zo laten in totaal 118 gemeenten een krimp van het aantal winkels zien tussen medio 2016 en begin 2017 en is in 144 gemeenten een krimp van het totale winkelvloeroppervlakte geconstateerd. Wel moet worden

geconstateerd dat de krimp nog om een beperkt aantal panden per gemeente gaat (5 winkels, 2.000 m²). Naast krimpende winkelgebieden is zichtbaar dat ook in éénderde van de gemeenten sprake is van groei van het aantal winkelobjecten. Dit wordt grotendeels veroorzaakt door de oplevering van enkele (nieuwbouw)wijk- en buurtcentra.

Verdeling winkelvoorraad naar gemeenten o.b.v. ontwikkeling
Bron: Locatus, bewerking Dynamis

Distribution of municipalities to development of store stock
Source: Locatus, adjustment Dynamis

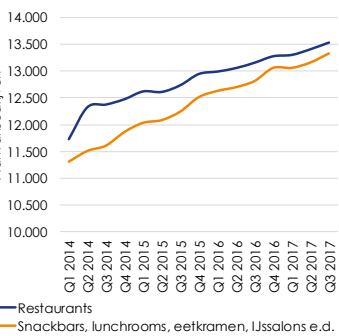
Ontwikkeling leegstand (m ²)	Ontwikkeling winkelvoorraad (m ²)		
	Daling	Stabiel	Toename
Toename	35	30	73
Stabiel	4	75	16
Daling	105	12	38

	Op basis van aantal winkels		Op basis van winkelvoeroppervlakte	
	Aantal gemeenten	Gemiddelde aanpassing	Aantal gemeenten	Gemiddelde aanpassing
Krimpende winkelvoorraad	118	-5	144	-2.000
Stabiele winkelvoorraad	146	0	117	0
Groeiende winkelvoorraad	124	+6	127	+1.000

De voornaamste krimp wordt veroorzaakt door een aanpassing in het gebruik van de winkelruimtes. Telkens meer leegstaande winkelpanden worden immers ingevuld door nieuwe horecaconcepten. Dit betreft onder andere een toename van het aantal restaurants, koffietentjes, lunchrooms en ijssalons. Zo verschijnen telkens meer horecaketens zoals Bagels & Beans, Coffee Fellows en Barista Café in de winkelstraten. Maar ook lokale en regionale ondernemers starten veel horecaconcepten zoals Meisje Koffie geschenk en Fantosti's. Deze concepten zorgen niet alleen voor een teruggang van het aantal winkelruimtes, maar tevens voor een verbeterde ambiance in de winkelstraten, waardoor het hoofdwinkelgebied telkens meer wordt gezien als een ontmoetingsplek. De huidige trend naar meer horecaconcepten in de winkelstraten sluit daarnaast aan bij de vraag van de consument. Mede door de veroudering van de bevolkingsamenstelling staan de uitgaven aan goederen zoals kleding en schoenen meer onder druk, terwijl uitgaven aan food, persoonlijke verzorging en vrijetijdsbesteding juist stijgt.

Ontwikkeling aantal restaurants en overige horecaconcepten
Bron: CBS

Development amount of restaurants and other catering concepts in the Netherlands
Source: CBS



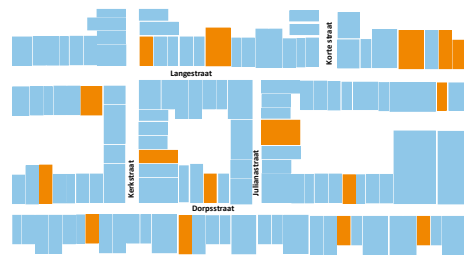
Naast de wijziging van winkelruimten naar horecagelegenheden is zichtbaar dat in een beperkt aantal gemeenten ook sprake is van transformaties van winkelpanden naar woonruimte. Van grootschalige onttrekkingen zoals de afgelopen jaren op de kantorenmarkt zichtbaar was is echter nog geen sprake. Wel wordt in telkens meer gemeenten een dergelijk beleid omarmt en gefaciliteerd aan de hand van flexibele bestemmingsplannen. Toch zal de voornaamste onttrekking naar o.a. woonruimte nog op zich laten wachten. Hoofdzakelijk heeft dit te maken met de huidige spreiding van de leegstand in combinatie de hoogte van de huurprijzen. Zo is in de meeste winkelstraten op dit moment nog sprake van een sterke versnippering van leegstaande winkelunits (A, B en C-locaties). Juist deze versnippering maakt het lastig voor eigenaren en gemeenten om adequaat te reageren en winkelvastgoed uit de markt te nemen. Daarnaast liggen in veel gebieden de prijzen nog dermate hoog dat transformatie naar woonruimte financieel niet direct loont. De realiteit van een lagere verhuurbaarheidskans zal langzaamaan in de markt treden, waardoor huurprijzen (zeker in middelgrote gemeenten) verder onder druk komen te staan. Hierdoor zal niet alleen de exploitatie van een transformatie verbeteren, maar zal dit naar verwachting ook leiden tot een verschuiving.

Retailers die nu nog gevestigd zijn op een C- en B-locaties zullen van de huurdaling gebruik maken en verhuizen naar een A2 of A1 locaties. De leegstand zal derhalve een telkens grotere clustering kennen, waardoor een grootschaligere transformatie of sloop van aanloopstraten gemakkelijker kan worden gerealiseerd. Wel zal dit proces, gelet op de huidige huurcontracten van de retailers enkele jaren in beslag nemen.

Verwachte verschuiving van de concentratie van winkelleegstand

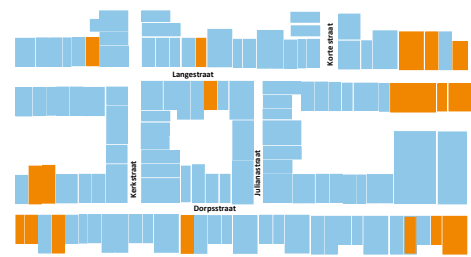
 Expected shift of concentration of vacant shops

Huidige situatie



■ In gebruik ■ Leegstand

Verwachte toekomstige situatie



Acceptatie van krimp nog in weinig detailhandelsvisies terug te vinden

De mate waarin het transformatievolume de komende jaren zal gaan stijgen is mede afhankelijk van het beleid en de visie van gemeenten om te zorgen voor een compacter winkelgebied. Uit de retaildeals, die met gemeenten zijn gesloten, kan worden aangenomen dat er telkens meer gestuurd wordt op onttrekkingen van winkelvastgoed. Toch komt tot op heden een sterke acceptatie van krimp van de winkelvoorraad slechts in zeer beperkte mate tot uiting in de detailhandelsvisies.

Uit een analyse van de retailvisies van de 25 gemeenten met de grootste leegstand op de winkelmarkt blijkt dat slechts een viertal gemeenten duidelijk uitspreekt krimp van de winkelvoorraad te accepteren en beleid in te zetten om de winkelvoorraad te laten krimpen. Ook in de meeste andere gemeenten wordt beleid gevoerd om de winkelleegstand tegen te gaan. Echter, betreft dit hoofdzakelijk instrumenten die vooral toegespitst zijn op het creëren van een grotere vraag naar winkelruimtes. Zo wordt veelal ingezet op het creëren van grotere winkelunits om schaalvergroting te faciliteren, centrummanagement om gezamenlijk het winkelgebied aantrekkelijker te maken, stimuleren van pop-ups en start-ups vanuit de gemeente, regelluwe zones, bereikbaarheid verbeteren, citymarketing of camouflage voor leegstaande objecten om de negatieve effecten van leegstand te beperken. Allemaal instrumenten die kunnen worden gezien als vraagstimulerend, terwijl geconcludeerd kan worden dat juist het beschikbare winkelaanbod het probleem is. Slechts in beperkte mate is een actieve rol van de gemeente zichtbaar om winkelvastgoed van de markt te onttrekken. In de gemeenten waar dit op een actieve wijze gebeurt is ook direct effect zichtbaar.

Gemeente Roosendaal en Waalwijk: op weg naar een compacter centrum

In onder andere de gemeente Roosendaal en Waalwijk wordt een duidelijk doel gesteld om het aantal winkelmeters terug te brengen. In deze gemeenten wordt de winkelmarkt niet alleen sterk gemonitord op leegstand, passantenstromen en toe- en afvloeiing van detailhandelsomzet, maar ook wordt er sterk ingezet op het compacter maken van het hoofdwinkelgebied. Dit wordt o.a. gedaan door gebieden aan te wijzen die niet langer tot het hoofdwinkelcentrum behoren, terwijl er vaak nog wel de nodige winkelruimtes worden verhuurd. Dit leidt er toe dat er duidelijkheid ontstaat over de toekomstige winkelstructuur en over het kwantitatieve overaanbod van winkelvastgoed in het hoofdwinkelgebied.

Niet alleen zorgt dit ervoor dat de retailer hier op in kan spelen door te verhuizen, ook scheidt het duidelijkheid voor eigenaren en ontwikkelaars om alternatieve aanwending sterker te overwegen. Om dit proces goed te faciliteren wordt er vanuit de gemeente een gemengd centrummilieu aangewezen, zodat initiatiefnemers van herontwikkelingen de zekerheid hebben dat een winkelpand ook kan worden gebruikt voor andere bestemmingen zoals wonen. In beide gemeenten kent het uitgevoerde beleid tot op heden een sterk positief effect op zowel de leegstand binnen de gemeente als op het terugbrengen van de

winkelvoorraad. Beide gemeenten hebben binnen één jaar tijd de winkelvoorraad met circa 10.000-15.000 m² teruggebracht, hiermee is de voorraad circa 8% kleiner geworden en is de leegstand in beide gemeenten met ruim 3 procentpunt gedaald, zo blijkt uit cijfers van Locatus.

De aanpak van de gemeente Roosendaal en Waalwijk kan als voorbeeld worden gezien voor veel andere gemeenten binnen Nederland. Zoals in de voorgaande editie van de Sprekende Cijfers Winkelmarkten op basis van een clusteranalyse is gebleken kampen 111 gemeenten² met een (toekomstig) overaanbod van winkelvastgoed. In 54 van deze gemeenten daalde de voorraad het afgelopen jaar niet en in 40 gemeenten steeg zelfs de leegstand. Een actievare aanpak naar een compacter winkelgebied lijkt hier nodig om grootschaliger winkelmeters uit de markt te kunnen nemen.

Uitbreiding van de winkelvoorraad in beperkt aantal steden

Naast de focus op krimp voor een groot deel van de gemeenten in Nederland blijft er ook ruimte voor uitbreidingen. Dit geldt echter alleen in specifieke gevallen; in eerste instantie zal hoofdzakelijk bij uitbreiding van de woningvoorraad moet worden teruggevallen op de bestaande winkelstructuur. Echter, in de eerder aangewezen 21 steden met een regionale functie zal een zekere uitbreidingsbehoefte blijven bestaan om nieuwe retailers goed te kunnen blijven faciliteren. Daarnaast kunnen uitbreidingen van de winkelvoorraad nodig zijn indien er een grootschalige woningbouwontwikkeling wordt gerealiseerd buiten de bestaande woningbouwcontouren. Ook dan zal echter rekening moeten worden gehouden met een kleinschaligere winkelvoorziening dan in het verleden. Gekozen zal moeten worden voor een winkelvoorziening die de bewoners kan voorzien van de dagelijkse primaire behoefte, zoals bijvoorbeeld is ingestoken in de nieuwbouwwijk Schuytgraaf in Arnhem.

Met overige uitbreidingen op PDV/GDV locaties of Factory Outlet Stores moet voorzichtig worden omgegaan. Bij dergelijke initiatieven blijft het van belang zowel de interne als externe gevolgen voor de winkelstructuur mee te wegen in de beslissingen. Normaliter kennen grootschalige uitbreidingen een dermate grote invloed op naastgelegen winkelgebieden dat de negatieve effecten te groot zijn om een dergelijke ontwikkeling door te voeren. Hiervoor geldt dat er goed kan worden aangesloten bij de ladder voor duurzame verstedelijking. In dit kader is het een verstandige keuze van de gemeente Zoetermeer om af te zien van de Holland Outlet Mall, zeker in relatie tot de ambitie van SugarCity in Halfweg en de externe effecten die het in de regio te weeg hadden gebracht.

Ruimte voor groei, maar vooral aandacht voor krimp en opschalen van voorzieningen

Al met al kan worden gesteld dat de Nederlandse winkelstructuur door veranderingen in het consumentenaankoopgedrag anders zal moeten worden ingericht. Grofweg is er een driedeling te maken binnen de winkelstructuur.

- In de 21 hoofdwinkelgebieden zal naar verwachting de vraag door de groei van het aantal huishoudens in het verzorgingsgebied en de verwachte toename van het aantal toeristen nog toenemen. Hierdoor zal er op lokale schaal nog sprake kunnen zijn van een groei van de winkelstructuur.
- Winkelgebieden die tot voor kort een sterke regionale functie kenden en nu kampen met een bovenmatige leegstand in het hoofdwinkelgebied zullen vooral de krimp van het winkelgebied moeten accepteren. Het

² De fusie van de gemeenten Veghel, Schijndel en Sint-Oedenrode zorgt er voor dat het aantal gemeenten binnen het betreffende cluster is teruggebracht tot 109 gemeenten.

beleid zal dan ook vooral moeten worden gericht op het gefaseerd inkrimpen van de winkelvoorraad, zonder dat dit ten koste gaat van de ambiance en aantrekkingskracht van het gebied. Op deze locaties zal meer moeten worden ingezet op een centrumlocatie die als belangrijkste functie een ontmoetingsfunctie is met een mix van retail en horecafaciliteiten.

- In krimpregio's met verspreide kleinschalige buurtwinkels zal het beleid vooral gericht moeten zijn op het behoud en beschikbaarheid van de belangrijkste voorzieningen. Dit kan betekenen dat voorzieningen moeten worden opgeschaald en geconcentreerd op één locatie. In het verlengde van deze opschaling zal het nodig zijn de openbaar vervoersverbindingen richting deze concentratie te optimaliseren om de bereikbaarheid voor het verzorgingsgebied te garanderen.

De winkelmarkt kent zodoende een divers palet aan verwachte ontwikkelingen waar op de juiste manier op moet worden voorgesorteerd om de consument en de retailer op de best mogelijke wijze te faciliteren en de bestaande structuren zo optimaal mogelijk te benutten.

Sprekende Cijfers

Regionaal



Alkmaar

Almelo

Almere

Amersfoort

Amsterdam

Apeldoorn

Arnhem

Assen

Breda

Den Bosch

Den Haag

Deventer

Dordrecht

Eindhoven

Enschede

Goes

Groningen

Heerlen

Hengelo

Leeuwarden

Maastricht

Middelburg

Nijmegen

Rotterdam

Terneuzen

Tilburg

Utrecht

Zaanstad

Zwolle

Het Alkmaarse centrale winkelgebied heeft een leegstandspercentage van gemiddeld niveau, 8% van de winkels heeft geen gebruiker. De stad is zo vergelijkbaar met omliggende steden als Hoorn (8%) en Zaandam (9%), wel is de leegstand lager dan in het aangrenzende Heerhugowaard (11%). De leegstand in Alkmaar is voornamelijk aanwezig op de minder populaire locaties. Zo is op de A1-locaties nauwelijks sprake van leegstand, terwijl op de B1-locaties 12% van de winkels niet wordt gebruikt.

In de periode medio 2016 tot medio 2017 is maar liefst 18.500 m² winkelruimte verhuurd of verkocht in de hoofdwinkelstraten van Alkmaar. Het grootste deel hiervan wordt verklaard door de komst van Topshelf. Het warenhuis zal zich vestigen in het voormalige pand van V&D aan de Laat, waarmee 13.000 m² uit het aanbod wordt genomen. Tevens opent Costes een ruime winkel (816 m²) aan de Langestraat. Buiten het onderzoeksgebied is nog eens 4.900 m² verhuurd in het winkelcentrum Noorder Arcade. Als gevolg van het hoge opnamevolume staat per 1 juli 2017 nog slechts 5.700 m² winkelruimte in aanbod in de hoofdwinkelstraten.



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²) Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten	5.700
Opname (m²) Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten	18.500
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017) Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied	8%
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017) Totaal winkeloppevlakte in het centrale winkelgebied	7%

Almelo



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²) Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten	9.600
Opname (m²) Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten	1.000
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017) Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied	23%
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017) Totaal winkeloppevlakte in het centrale winkelgebied	24%

Het centrale winkelgebied van Almelo kent veel leegstand, maar liefst 24% van het totale aantal vierkante meters winkelruimte heeft geen gebruiker. Gezamenlijk betreft dit 23% van het totale aantal winkels in het gebied, waardoor de leegstand hoger is dan in het naastgelegen Hengelo (19%). In bijna alle delen van het centrale winkelgebied is het aandeel leegstaande winkels zo hoog, de enige uitzondering hierop zijn de A1-straten. Op deze toplocaties staat 12% van de winkelvoorraad leeg.

Sinds medio 2016 heeft een vijftal transacties plaatsgevonden in de hoofdwinkelstraten van Almelo, gezamenlijk zorgden deze voor een opnamevolume van circa 1.000 m². Ondanks het relatief lage opnamevolume is het beschikbare winkelaanbod hier fors gedaald. Per 1 juli 2017 is nog 9.600 m² beschikbaar voor verhuur of verkoop, dit is 32% minder dan in het jaar hiervoor. Wel staan er in dit aanbod een aantal grote panden die al ruime tijd beschikbaar zijn. Zo is er al drie jaar lang 1.388 m² winkelruimte beschikbaar in De Galerij en staat de voormalige winkel van Scheer & Foppen (640 m²) op het centrumplein al bijna vier jaar in aanbod.

Almere

Op de toplocaties in Almere, oftewel de A1-winkelstraten, heeft één op de twintig winkels geen gebruiker, in totaal staat 12% van het winkeloppervlakte leeg. Het leegstandpercentage neemt toe naarmate de bezoekersaantallen van de straten afneemt. Op de B1-locaties wordt 20% van het vloeroppervlak niet gebruikt en op C-locaties loopt dit zelfs op naar 30%. In totaal staat in het centrale winkelgebied van Almere 9% van de winkels leeg, die gezamenlijk 12% van het totale vloeroppervlakte beslaan.

In het afgelopen jaar is in Almere een hoog opnamevolume geregistreerd, wat volledig wordt verklaard door de komst van Hudson's Bay. Het Canadese warenhuis neemt hier intrek in het voormalige V&D pand aan de Citadel en neemt daarmee 12.000 m² winkelruimte uit het aanbod. Per 1 juli 2017 is nog circa 2.900 m² beschikbaar voor verhuur of verkoop, wat een afname van 39% is ten opzichte van een jaar geleden.



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)

Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten

2.900

Opname (m²)

Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten

16.050

Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied

9%

Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal winkeloppervlakte in het centrale winkelgebied

12%

Amersfoort



Molenbeek Makelaars



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)

Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten

3.300

Opname (m²)

Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten

16.450

Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied

6%

Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal winkeloppervlakte in het centrale winkelgebied

13%

Het centrale winkelgebied van Amersfoort kent een leegstandspercentage van circa 6% van het totale aantal winkels, gezamenlijk beslaan deze winkels 13% van het totale oppervlakte. Het aandeel winkels zonder gebruiker verschilt sterk per straat. In de Utrechtsestraat en Langestraat komt wel leegstand voor, maar over het algemeen worden de winkels hier snel verhuurd. In bijvoorbeeld de Hellestraat, een aanloopstraat naar de Utrechtsestraat, staan meerdere winkels al langere tijd leeg, waaronder enkele panden naast een zijingang van de vroegere V&D. Dit voormalige V&D pand wordt pas in 2018 gevuld met de komst van Hudson's Bay, waardoor het in het straatbeeld als leeg over komt.

Sinds 1 juli 2016 is in Amersfoort circa 16.450 m² winkelruimte verkocht of verhuurd. Het grootste deel hiervan komt voort uit de komst van Hudson's Bay in het voormalige V&D pand, waarmee 11.000 m² wordt opgenomen. Naast deze grote transactie hebben in de hoofdwinkelstraten nog 33 andere transacties plaatsgevonden, met een gezamenlijk metrage van 5.450 m². Als gevolg hiervan is het beschikbare aanbod in dit jaar afgenomen naar 3.300 m².

In het centrale winkelgebied van Amsterdam is nauwelijks sprake van leegstand. In totaal staat 2% van alle winkels leeg, gezamenlijk beslaat dit 3% van het totale winkeloppervlakte. Hiermee heeft de hoofdstad het laagste aandeel leegstaande winkels van de vier grote steden. In de populairste straten is het leegstandspercentage zelfs nog lager, op de A1- en A2-locaties heeft minder dan 1% van de winkels geen gebruiker.

In de hoofdwinkelstraten van Amsterdam is sprake van krapte wat betreft winkelpanden, als gevolg hiervan vinden er amper transacties plaats. In de periode medio 2016 tot medio 2017 zijn zeventien panden verhuurd of verkocht, met een gezamenlijk oppervlakte van 3.850 m². De grootste geregistreerde transacties zijn de uitbreiding van de Hudson's Bay aan het Rokin (600 m²) en de komst van O'moda in de Van Baerlestraat (580 m²). Door de schaarste van winkelruimte is de komst van nieuwe creatieve internationale initiatieven beperkt en vindt er een duidelijke terugloop van het aantal pop-up stores plaats. Naast de vraag naar winkelruimte wordt er ook een enorme vraag naar locaties voor eten en drinken geregistreerd.



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²) Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten	600
Opname (m²) Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten	3.900
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017) Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied	2%
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017) Totaal winkeloppervlakte in het centrale winkelgebied	3%



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²) Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten	7.800
Opname (m²) Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten	5.650
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017) Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied	13%
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017) Totaal winkeloppervlakte in het centrale winkelgebied	14%

Van het totale aantal winkels in het centrale winkelgebied in Apeldoorn staat 13% leeg, dit ligt boven het leegstandspercentage in het nabijgelegen Deventer (10%). Opvallend in Apeldoorn is het hoge aandeel winkels zonder gebruiker op de toplocaties, op deze A1-locaties heeft één op de vijf winkels geen gebruiker. Dit komt voort uit de hoge leegstand in winkelcentrum De Oranjerie. Nu dit centrum in handen van Amerikaanse investeerders is gevallen en er grootschalige renovatieplannen zijn, zijn de leegstaande winkels ook nog niet beschikbaar voor de verhuur.

Sinds half 2016 zijn er in de hoofdwinkelstraten van Apeldoorn 26 winkeltransacties geregistreerd, met een gezamenlijk metrage van 5.650 m². Hierbinnen valt voornamelijk de verhuizing van de Action op. In juli opende de winkel haar deuren in het voormalige pand van de Aldi aan de Hofstraat en nam zo 1.140 m² winkelruimte uit het aanbod. Doordat de Scapino haar intrek neemt in het voormalige Action pand, laat het budgetconcern geen leegstand achter. Desondanks is er in de hoofdwinkelstraten van Apeldoorn nog 7.800 m² winkelruimte beschikbaar voor verhuur of verkoop, dit is 23% meer dan één jaar geleden.

In het centrale winkelgebied van Arnhem heeft 12% van de winkels geen gebruiker. Hieruit blijkt dat er meer sprake van leegstand is dan in Nijmegen (7%), maar het gaat beter dan in het nabijgelegen Apeldoorn (13%) en Veenendaal (18%). Binnen het winkelgebied van Arnhem bestaan er grote verschillen. Op de toplocaties, de A1-straten, staat maar 7% van de panden leeg. Terwijl dit aandeel veel hoger is op de minst populaire plekken in het hoofdwinkelgebied, de C-locaties, hier heeft een kwart van de winkels geen gebruiker.

Ten opzichte van één jaar geleden is het aantal vierkante meters winkelruimte dat in aanbod staat afgenomen. Per 1 juli 2017 is circa 11.350 m² beschikbaar voor verhuur of verkoop, dit is een afname van 32% vergeleken met een jaar hiervoor. De aanboddaling heeft plaatsgevonden als gevolg van wederom een hoog opnamevolume. De grootste geregistreerde transactie is de verhuizing van PlatteTV.nl naar het Johnny van Doornplein, waar een winkel van circa 825 m² wordt geopend.



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)

Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten

11.350

Opname (m²)

Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten

6.050

Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied

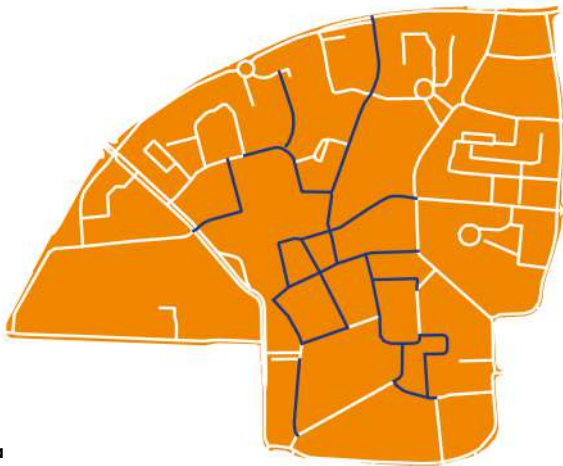
12%

Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal winkelopervlakte in het centrale winkelgebied

13%

Assen



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)

Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten

12.250

Opname (m²)

Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten

3.100

Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied

19%

Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal winkelopervlakte in het centrale winkelgebied

22%

Het centrale winkelgebied van Assen heeft te kampen met een hoge winkelleegstand, bijna één op de vijf winkels in dit gebied staat leeg. Alleen op de toplocaties, de A1-winkelstraten, ligt dit aandeel lager, hier heeft 14% van de winkels geen gebruiker. In totaal wordt 22% van de vierkante meters winkelvloer in het centrale winkelgebied niet gebruikt. Dit is ruim hoger dan in de nabij gelegen steden als Heerenveen (9%), Emmen (11%) en Leeuwarden (11%).

Sinds 1 juli 2016 is het winkelaanbod in Assen nog eens met bijna 21% toegenomen, waardoor medio 2017 circa 12.250 m² winkelruimte beschikbaar is voor verhuur of verkoop. De toename komt deels voort uit de faillissementen van landelijke formules. Zo is door het verdwijnen van Houtbrox en Scheer & Foppen circa 1.650 m² toegevoegd aan het aanbod. Hiertegenover staat een grote opname op het Mercuriusplein, waar Schuurman Schoenen zich heeft gevestigd in het voormalige pand van Blokker (1.190 m²). Mede als gevolg hiervan is er dit jaar sprake van een hoog opnamevolume in de gemeente.

In het centrale winkelgebied van Breda staat één op de tien winkels leeg, dit blijkt uit de meest recente cijfers van Locatus. Van het totale vloeroppervlakte wordt zelfs 17% niet gebruikt. De leegstand is sterk afhankelijk van de drukte van de winkelstraat. In de drukste straten, het A1-winkelgebied, staat slechts 6% van het winkeloppervlakte leeg. Voornamelijk de B- en C-locaties hebben te kampen met lege winkels, een uitzondering hierop is de Veemarktstraat. Op de B1-locaties loopt het aandeel ongebruikt winkeloppervlakte zelfs op naar 27%.

Sinds halverwege 2016 is in Breda circa 2.800 m² winkelruimte verkocht of verhuurd. Het betreft hierbij voornamelijk kleding- & modewinkels in het lagere segment, acht van de vijftien nieuwe winkels zijn in deze branche actief. Het opnamevolume is fors lager dan een jaar geleden, dit verschil wordt verklaard door de opnames van het voormalige V&D pand (16.600 m²) en het voormalige pand van de Bijenkorf (3.000 m²) in de eerste helft van 2016. Als gevolg van de opnames is de voor verkoop/verhuur beschikbare winkeloppervlakte met 23% afgenomen. Per 1 juli 2017 staat nog 3.900 m² winkelruimte in aanbod.



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)	3.900
Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten	
Opname (m²)	2.800
Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten	
Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)	10%
Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied	
Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)	17%
Totaal winkeloppervlakte in het centrale winkelgebied	

Den Bosch



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)	4.750
Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten	
Opname (m²)	1.050
Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten	
Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)	6%
Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied	
Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)	8%
Totaal winkeloppervlakte in het centrale winkelgebied	

Het centrale winkelgebied van Den Bosch kent een laag aandeel leegstaande winkels, van het totale aantal staat 6% leeg. Dit is lager dan het nabij gelegen Tilburg (9%) en Oss (16%). Wanneer naar het totale aantal vierkante meters winkelruimte in het centrale winkelgebied wordt gekeken, blijkt hiervan 9% geen gebruiker te hebben.

In Den Bosch heeft in de periode medio 2016 tot medio 2017 een negental winkeltransacties plaatsgevonden, waarmee in totaal 1.050 m² is opgenomen. Een aanzienlijk deel hiervan wordt gevormd door de komst van damesmodezaak Essentiel Antwerpen in de Fonteinstraat (225 m²) en Phone Company (210 m²) in de Vughterstraat. Ondanks de opnames is het aantal vierkante meters winkelruimte dat in aanbod staat toegenomen, dit komt voort uit het in aanbod komen van een aantal grotere panden. Sinds het afgelopen jaar zijn onder andere de voormalige Xmode in de Visstraat (420 m²) en voormalige Serta Store in de Vughterstraat (400 m²) beschikbaar voor verhuur.

Het centrale winkelgebied van Den Haag kent een winkelleegstand van 7%. Van de vier grote steden is dit een vergelijkbaar niveau als in Rotterdam (8%), maar ruim hoger dan in Amsterdam (2%) en Utrecht (3%). Binnen het winkelgebied van de Hofstad is de leegstand voornamelijk geregistreerd in de minder druk bezochte straten. Op de C-locaties ligt het leegstandspercentage op 17%, terwijl dit op de de locaties, de A1- en A2-locaties, slechts 5% is.

In Den Haag staat per 1 juli 2017 circa 4.950 m² winkelruimte in aanbod, vergeleken met een jaar geleden is dit een forse aanboddaling (-60%). Een oorzaak voor de daling is een fors transactievolume in het afgelopen jaar. Zo zijn in de Grote Marktstraat onder andere winkels geopend van TK Maxx (2.550 m²), Snipes (590 m²) en Guess (440 m²) en heeft kledingwinkel Weekday haar intrek genomen in een pand van 560 m² in de Venestraat.



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)

Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten

4.950

Opname (m²)

Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten

11.200

Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied

7%

Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal winkelloppervlakte in het centrale winkelgebied

7%

Deventer



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)

Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten

8.500

Opname (m²)

Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten

6.800

Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied

10%

Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal winkelloppervlakte in het centrale winkelgebied

9%

In het centrale winkelgebied van Deventer staat één op de tien winkels leeg, dit blijkt uit de meest recente cijfers van Locatus. Het leegstandspercentage is lager dan in het nabij gelegen Apeldoorn (13%). In het centrale winkelgebied is de leegstand vooral aanwezig in de minder druk bezochte straten. In het drukste deel, de A1-locatie, is het aandeel leegstaande panden slechts 6%, maar dit loopt op naar 13% op de B2-locaties.

Het winkelaanbod is sterk toegenomen in Deventer. Een van de oorzaken hiervoor is het in aanbod komen van een aantal grote panden, zoals het voormalige Wibrapand (850 m²) in de Smedenstraat en de voormalige Bart Smit (645 m²) in de Broederenstraat. Hiertegenover staat een hoog opnamevolume, van circa 6.800 m². Een groot deel hiervan komt voort uit de komst van H&M (1.830 m²) en Costes (1.200 m²) in het voormalige V&D pand aan de Brink.

In het centrale winkelgebied van Dordrecht staat 12% van het totale aantal winkels leeg, dit blijkt uit de meest recente cijfers van Locatus. De winkelleegstand in het gebied kent een uitzonderlijke segmentatie. Op de meest populaire locaties, de A1-straten, is amper sprake van leegstand. Echter is op de A2 locaties sprake van een leegstand van 23%, oftewel bijna een kwart van de winkels heeft geen gebruiker. Opvallend is dat naarmate de populariteit van de straten afneemt, ook de leegstand afneemt. Zo kennen de B1-locaties een leegstandspercentage van 19% en B2-locaties circa 10%.

In het afgelopen jaar is een hoog opnamevolume geregistreerd in Dordrecht, in de hoofdwinkelstraten is in periode medio 2016 tot medio 2017 circa 1.650 m² winkelruimte opgenomen. Dit is meer dan het dubbele van het transactievolume van het jaar hiervoor. Ondanks het hoge opnamevolume is het aanbod licht toegenomen met zo'n 2%, per 1 juli 2017 is circa 8.500 m² winkelruimte beschikbaar voor verkoop of verhuur. Dit aanbod bestaat uit negentien panden, een aanzienlijk deel van het aanbodvolume (circa 3.200 m²) betreft één pand in de Visstraat waar tijdelijk een sportoutlet is gevestigd.



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)	8.500
Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten	
Opname (m²)	1.650
Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten	
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017)	12%
Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied	
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017)	14%
Totaal winkelloppervlakte in het centrale winkelgebied	

Eindhoven



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)	7.300
Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten	
Opname (m²)	4.500
Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten	
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017)	10%
Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied	
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017)	12%
Totaal winkelloppervlakte in het centrale winkelgebied	

Het centrale winkelgebied van Eindhoven kent een leegstandspercentage van circa 10%, oftewel één op de tien winkels staat leeg. Dit is hoger dan steden als in Den Bosch (6%), Tilburg (9%), maar ruim lager dan in het nabij gelegen Helmond (15%). De leegstand in Eindhoven is sterk afhankelijk van de drukte van de winkelstraten. Zo kennen de toplocaties, de A1-straten, een leegstandspercentage van slechts 2% en loopt dit geleidelijk op naar 11% op de C-locaties.

In het hoofdwinkelgebied van Eindhoven hebben in het afgelopen jaar een aantal grote transacties plaatsgevonden. Zo hebben Intersport (1.400 m²) en Costes (540 m²) intrek genomen in het winkelcentrum de Heuvel Galerie en huurt het warenhuis Hutspot een ruim winkelpand (700 m²) aan de Emmasingel. Mede dankzij deze opnames is de voor verhuur of verkoop beschikbare winkelloppervlakte met 13% afgenomen, per 1 juli 2017 staat nog circa 7.300 m² in aanbod in het hoofdwinkelgebied.

Waar Hengelo en Almelo te maken hebben met veel leegstand in het centrale winkelgebied, is dit in Enschede niet het geval. In Enschede heeft 11% van de winkels in dit gebied geen gebruiker. Deze leegstand komt voornamelijk voor in de minder populaire straten. Zo staat op de B- en C-locaties circa 10% tot 11% leeg, maar zijn op de toplocaties een groter aandeel winkels in gebruik. In de A2-straten is het leegstandspercentage slechts 6% en op de A1-locaties zelfs maar 4%.

De hoofdwinkelstraten in Enschede hebben wederom een goed opnamejaar achter de rug, in de periode medio 2016 tot medio 2017 is circa 7.550 m² winkelruimte opgenomen. Hieraan is fors bijgedragen door de herontwikkeling van het voormalige Hema pand in de Kalenderstraat, de vijf nieuwe winkels die hierin zijn gevestigd beslaan in totaal 2.150 m². Tevens is Intersport 1.100 m² gaan huren in het voormalige V&D pand in de Korte Hengelosestraat.



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)

Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten

7.450

Opname (m²)

Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten

7.550

Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied

11%

Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal winkelloppervlakte in het centrale winkelgebied

12%



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)

Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten

2.900

Opname (m²)

Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten

3.200

Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied

9%

Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal winkelloppervlakte in het centrale winkelgebied

12%

Het centrale winkelgebied van Goes heeft een leegstand van een gemiddeld Nederlands niveau, 9% van de winkelpanden in het gebied staat leeg. Dit leegstandspercentage is net hoger dan in het nabijgelegen Middelburg, waar 8% van de panden geen gebruiker heeft. Opvallend in Goes is het hoge aandeel leegstaande winkelpanden op de toplocaties. In de A1-straten staat 13% van de panden leeg, terwijl dit aandeel aanzienlijk lager is in de A2-straten (3%) en B1-straten (5%).

In het afgelopen jaar is het voormalige V&D pand aan de Schuttershof volledig verhuurd aan meerdere gebruikers, waarmee een grote hoeveelheid winkelvloer weer is opgenomen. Action (1.150 m²) en Vidrea (980 m²) nemen het grootste deel in gebruik, tevens is 330 m² verhuurd aan slijterij Bie de Bolle en 138 m² aan Broodjeszaak De Dam. In totaal is per 1 juli 2017 nog circa 2.900 m² winkelruimte beschikbaar voor verhuur of verkoop in de hoofdwinkelstraten van Goes.

Het centrale winkelgebied van Groningen kent weinig winkelleegstand, 6% van de winkels heeft geen gebruiker. In de rest van de gemeente is dit aandeel nog lager, namelijk 4%. In de binnenstad van Groningen hebben voornamelijk de C-locaties te maken met leegstand, hier staat 12% van de winkels leeg. Dit aandeel is meer dan het dubbele van dat van de A- en B-locaties.

In de periode juli 2016 tot juli 2017 is in het hoofdwinkelgebied van Groningen een hoog opnamevolume van circa 7.150 m² geregistreerd. Dit wordt voornamelijk veroorzaakt door de verhuizing van Zara naar het voormalige Bijenkorf pand aan de Herestraat, waarmee 4.000 m² uit de markt wordt genomen. Ondanks het hoge transactievolume is het aantal vierkante meters dat in aanbod staat toegenomen, per 1 juli 2017 is circa 3.850 m² beschikbaar voor verhuur of verkoop.



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)	3.850
Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten	
Opname (m²)	7.150
Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten	
Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)	6%
Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied	
Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)	9%
Totaal winkelopervlakte in het centrale winkelgebied	

Heerlen



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)	32.600
Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten	
Opname (m²)	2.650
Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten	
Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)	21%
Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied	
Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)	18%
Totaal winkelopervlakte in het centrale winkelgebied	

De winkelleegstand is hoog in het centrale winkelgebied van Heerlen, 21% van de winkelpanden heeft op dit moment geen gebruiker. Wanneer wordt gekeken naar dit aandeel aan de hand van vloeroppervlakte, gaat het om 18% van de totale winkelvoorraad. De leegstand is vooral te vinden in de minder druk bezochte straten in het gebied, op de A1-locaties staat namelijk maar 6% van het vloeroppervlakte leeg. Wel staat het voormalig V&D pand nog leeg en wordt op dit moment verbouwd en opgesplitst alvorens een grote Nederlandse retailer haar intreden neemt in het pand. Deze verschuiving zal naar verwachting ook leiden tot de nodige dynamiek op de winkelmarkt van Heerlen.

In Heerlen is sinds medio 2016 circa 2.650 m² winkelruimte verhuurd of verkocht, een forse toename ten opzichte van de 1.500 m² die in het voorgaande jaar werd opgenomen. Het hoge transactievolume komt voort uit een aantal grote transacties, zoals de nieuwe vestiging van La Cubanita (900 m²) aan de Honigmannstraat en de vestiging van Oogkliniek Parkstad (550 m²) aan de Geerstraat. Als gevolg van het hoge opnamevolume is het beschikbare aanbod met 8% afgenomen naar circa 32.600 m². Bijna een derde hiervan wordt gevormd door het voormalige V&D pand aan de Dautzenbergstraat.

In het centrale winkelgebied van Hengelo heeft 19% van de panden geen gebruiker. Dit leegstandspercentage is lager dan in Almelo (23%), maar veel hoger dan in Enschede (11%). In totaal betreft het 21% van het totale aantal vierkante meters winkelruimte dat niet wordt gebruikt. Deze lege winkelruimtes zijn vooral gelegen in de minder populaire B-straten. Op de toplocaties, de A1-straten, staat slechts 8% van het totale winkeloppervlakte leeg.

Het beschikbare aanbod van winkelruimte is fors afgenomen in Hengelo, per 1 juli 2017 is in de hoofdwinkelstraten nog 8.500 m² beschikbaar voor verhuur of verkoop. In het afgelopen jaar heeft Baum Sports fors bijgedragen aan het opnamevolume. De sportwinkel is verhuisd naar de Smuttsstraat, waar het een pand van 790 m² deels heeft gekocht en deels gehuurd.



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)	8.500
Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten	
Opname (m²)	5.600
Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten	
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017)	19%
Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied	
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017)	21%
Totaal winkeloppervlakte in het centrale winkelgebied	



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)	9.150
Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten	
Opname (m²)	3.850
Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten	
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017)	10%
Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied	
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017)	11%
Totaal winkeloppervlakte in het centrale winkelgebied	

In het centrale winkelgebied van Leeuwarden staat bijna één op de negen winkels leeg. Zowel het aandeel leegstaande winkels, als het aandeel leegstaande vierkante meters winkelvloer is 11%. Dit is een vergelijkbaar niveau als omringende steden als Heerenveen en Drachten. Opvallend in Leeuwarden is het grote verschil tussen het aandeel leegstaande winkels en winkelvloeroppervlakte op de A-locaties. Hier staat 13% van de winkels op A1 locaties (9% op A2) leeg, terwijl slechts 4% van het totale vloeroppervlakte leeg staat (2% op A2). De leegstand bestaat hier voornamelijk uit kleinere winkelunits.

In het afgelopen jaar is een hoog opnamevolume geregistreerd in Leeuwarden, in de periode medio 2016 tot medio 2017 is circa 3.850 m² winkelruimte verhuurd of verkocht. Ondanks het hoge opnamevolume is het aantal vierkante meters in aanbod ook gestegen. Een aanleiding hiertoe is het in aanbod komen van het voormalige pand van Bever aan de Voorstreek (1.100 m²) en de voormalige Perry Sport aan de Wirdumerdijk (910 m²).

Uit de meest recente cijfers van Locatus blijkt dat in het centrale winkelgebied van Maastricht circa 8% van de winkels leeg staat. Dit is ruim lager dan het centrale winkelgebied van nabij gelegen steden als Heerlen (21%), Sittard (20%) en Roermond (16%). Binnen Maastricht centreert de leegstand voornamelijk in de minder drukke straten, zo kennen de A1-locaties een leegstandspercentage van 6% en loopt dit op naar 14% op de C-locaties.

In Maastricht heeft een sterk opnamejaar plaatsgevonden. Sinds halverwege 2016 zijn er een aantal grote transacties van winkelvegoed geregistreerd. Zo vestigt Hudson's Bay zich in het voormalige V&D pand en neemt hiermee 13.500 m² uit de markt. Naast deze transactie hebben er nog een aantal grote opnames plaatsgevonden, zo huurt Bever 1.300 m² in het Mosae Forum en heeft Xenos zich op deze locatie gevestigd in een winkelruimte van 850 m². Ondanks het hoge opnamevolume is het beschikbare aanbod in de hoofdwinkelstraten toegenomen naar 8.000 m², een belangrijke oorzaak hiervoor is het in aanbod komen van een aantal grote winkelpanden in de Spilstraat (Winkelcentrum Entre Deux) en de Wolfstraat.



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²) Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten	8.000
Opname (m²) Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten	19.200
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017) Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied	8%
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017) Totaal winkelopervlakte in het centrale winkelgebied	13%

Middelburg



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²) Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten	2.150
Opname (m²) Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten	1.150
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017) Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied	8%
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017) Totaal winkelopervlakte in het centrale winkelgebied	9%

Het centrale winkelgebied van Middelburg kent een leegstandspercentage van 8%, wat vergelijkbaar is met dat van het nabijgelegen Goes (9%). Duidelijk is dat de leegstand zich grotendeels concentreert op de minder druk bezochte B2-locaties, waar 12% van de winkels leeg staat. Terwijl op de toplocaties in Middelburg nauwelijks sprake is van winkelleegstand en ook op de B1-locaties is het aandeel winkels zonder gebruiker laag (3%).

In de hoofdwinkelstraten van Middelburg staat per 1 juli 2017 circa 2.150 m² winkelruimte in aanbod. Opvallend is dat het aanbod dat is ontstaan door het faillissement van landelijke winkelketens snel is opgevuld met regionale winkels. Zo is in het voormalige pand van de Aktiesport (200 m²) de modewinkel Studio Blique geopend en biedt de voormalige Schoenenreus (450 m²) ruimte aan de woonwinkel Industrieel.

Het centrale winkelgebied van Nijmegen kent een relatief lage winkelleegstand. In dit gebied heeft 7% van de winkels geen gebruiker, dit is ruim lager dan in het centrale winkelgebied van het nabijgelegen Arnhem waar het leegstandspercentage 12% is. In het winkelgebied van Nijmegen komt de leegstand voornamelijk voor op de B-locaties, hier staat 9% (B1) en 10% (B2) van de winkels leeg. Op de toplocaties, de A1-straten, ligt dit percentage veel lager, namelijk op 3%. Gezamenlijk betreft dit slechts 1% van de totale winkelvloeroppervlakte op de toplocaties.

In het afgelopen jaar hebben de hoofdwinkelstraten van Nijmegen een positieve ontwikkeling doorlopen. Ten opzichte van een jaar geleden is het beschikbare aanbod met 18% afgenomen, waardoor per 1 juli 2017 nog 9.850 m² beschikbaar is voor verhuur of verkoop. Een tweetal grote transacties heeft fors bijgedragen aan de aanboddaling. Zo heeft Muzieum circa 1.200 m² gehuurd in de Ziekerstraat en heeft ICI Paris XL een nieuwe winkel van circa 1.050 m² geopend in de Broerstraat.



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)

Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten

9.850

Opname (m²)

Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten

7.400

Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied

7%

Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal winkelopervlakte in het centrale winkelgebied

7%

Rotterdam



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)

Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten

7.400

Opname (m²)

Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten

30.050

Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied

8%

Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal winkelopervlakte in het centrale winkelgebied

12%

In het centrale winkelgebied van Rotterdam staat 8% van de winkels leeg, waarmee de winkelleegstand van een vergelijkbaar niveau is als in Den Haag. Opvallend in Rotterdam is dat het hoogste leegstandspercentage is geregistreerd op de toplocaties. Op de A1-locaties heeft 9% van de winkels geen gebruiker en gezamenlijk beslaan deze winkels maar liefst 26% van de totale beschikbare winkelopervlakte in deze straten. De minder druk bezochte straten kennen een lager aandeel leegstaande panden, zo ligt dit niveau op de A2-locaties op 3% en op 7% op de B1-locaties.

In de periode medio 2016 tot medio 2017 is een hoog opnamevolume geregistreerd, dat grotendeels wordt verklaard door de komst van Hudson's Bay. Het Canadese warenhuis opent in de eerste week van september een vestiging in het voormalige V&D pand aan de Hoogstraat, waarmee 23.000 m² winkelruimte in de markt is opgenomen. Als gevolg van het hoge opnamevolume is het beschikbare aanbod in de hoofdwinkelstraten afgenomen, per 1 juli 2017 is nog circa 7.400 m² beschikbaar voor verhuur of verkoop.

Van alle winkels in het centrale winkelgebied van Terneuzen heeft 17% geen gebruiker, er is hier sprake van een hoog leegstandspercentage. Gezamenlijk beslaan de lege winkels ook 17% van het totale winkeloppervlakte in het gebied. Op de toplocaties, de A1-straten, is het aandeel winkels zonder gebruiker 16%, alleen is dit een veel kleiner deel van het totale oppervlakte (9%).

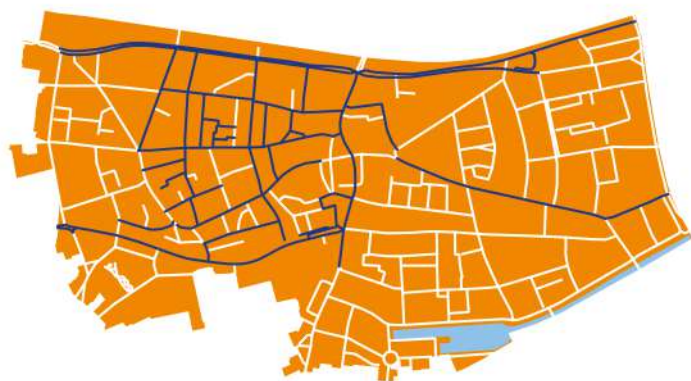
In de periode medio 2016 tot medio 2017 is circa 950 m² winkelruimte verhuurd of verkocht in Terneuzen. Een aanzienlijk deel hiervan wordt gevormd door de nieuwe K2 Adventurestore in de Noordstraat, met de komst van deze winkel is bijna 650 m² opgenomen. In totaal staat per 1 juli 2017 nog circa 3.600 m² winkelruimte in aanbod, waarvan het grootste metrage wordt aangeboden in de voormalige Big Bazaar aan de Kersstraat. Dit pand van 700 m² staat al vier jaar in aanbod.



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)	3.600
Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten	
Opname (m²)	950
Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten	
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017)	17%
Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied	
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017)	17%
Totaal winkeloppervlakte in het centrale winkelgebied	



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)	10.550
Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten	
Opname (m²)	9.650
Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten	
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017)	9%
Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied	
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017)	9%
Totaal winkeloppervlakte in het centrale winkelgebied	

In het centrale winkelgebied van Tilburg staat 9% van de winkels leeg, dit komt overeen met tevens 9% van het totale oppervlakte van de voorraad. Ten opzichte van de andere grote Brabantse steden is dit een gemiddeld aandeel. Opvallend is dat de leegstand vooral beperkt is tot de minder drukke straten. Op de A1-locaties, de drukste straten, is amper sprake van leegstand, terwijl dit op de minder populaire B2-locaties oploopt tot 11%.

In de periode medio 2016 tot medio 2017 is in Tilburg circa 9.650 m² winkelruimte verkocht of verhuurd. Een aanzienlijk aandeel hiervan komt voort uit transacties op het Pieter Vreedeplein, in dit jaar zijn onder andere Decathlon (2.900 m²), Costes (1.980 m²), Men at Work (1.500 m²), Sissy Boy (715 m²) en Roy & Rian Donders (520 m²) naar deze locatie toe gekomen. Ondanks de vele opnames is het aanbodvolume toegenomen, per 1 juli is nog circa 10.550 m² winkelvloer beschikbaar voor verhuur of verkoop.

Het centrale winkelgebied van Utrecht kent weinig leegstand, in totaal heeft 3% van de winkels geen gebruiker. Het zijn voornamelijk de A2- en B2-locaties die het goed doen, op beide locaties is een leegstandspercentage van slechts 1% geregistreerd. Ook de A1 (5%) en B1 (3%) straten zijn goed gevuld, alleen de C-locaties kennen een hoog aandeel winkels zonder gebruiker, zijnde 15%.

In de hoofdwinkelstraten van Utrecht staat maar een klein aantal winkels in aanbod, gezamenlijk hebben ze een beschikbaar metrage van 1.200 m². Het opnamevolume in dit gebied ligt ruim boven dat niveau, in totaal is in het afgelopen jaar 4.100 m² winkelruimte opgenomen in deze straten. Doordat het hier het winkelgebied in de binnenstad betreft is de komst van Primark en Hudson's Bay in het voormalig V&D-pand niet in dit volume meegenomen. De grootste opname in de binnenstad is de komst van Bolia Woninginrichting naar het Oudkerkhof, waar de woonwinkel een pand van 410 m² betreft. Toch bestaan de opnames voornamelijk uit kleinere panden, met een mediane metrage van 100 m².



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²) Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten	1.200
Opname (m²) Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten	4.100
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017) Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied	3%
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017) Totaal winkelopervlakte in het centrale winkelgebied	3%

Zaanstad



Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²) Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten	400
Opname (m²) Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten	4.350
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017) Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied	8%
Leegstandspercentage (bron: Locatus, 2017) Totaal winkelopervlakte in het centrale winkelgebied	7%

In het centrale winkelgebied van de gemeente Zaanstad staat 8% van de winkels leeg. In vergelijking met andere randgemeenten heeft dit centrale winkelgebied meer last van leegstand. In steden als Haarlem (5%), Hoofddorp (6%) en Amstelveen (3%) is het leegstandspercentage in het winkelgebied lager. Wanneer een verdeling naar segmentatie wordt gemaakt in Zaanstad, valt op dat de leegstand vooral aanwezig is op de B-locaties. Zo staan aan de Westzijde relatief veel winkels leeg, terwijl op de A-locaties nauwelijks sprake is van leegstand.

In het hoofdwinkelgebied van Zaanstad, afgebakend als de Gedempte gracht in Zaandam, staan nauwelijks winkels in aanbod. Per 1 juli 2017 is slechts 400 m² winkelruimte beschikbaar voor verhuur of verkoop. Als gevolg van de schaarste van het aanbod vinden er weinig transacties plaats. Door de verhuring van het voormalige V&D pand is er alsnog een hoog opnamevolume gerealiseerd. De Zara heeft het volledige pand gehuurd en hier een megawinkel van circa 4.000 m² gecreëerd.

Het centrale winkelgebied van Zwolle kent een laag aandeel leegstaande winkels, 7% van het totale aantal winkels staat leeg. Gezamenlijk beslaan deze winkels 11% van het totale vloeroppervlakte. De leegstand komt vooral terug in de minder drukke delen van het winkelgebied. Op de B1-locaties staat één op de tien winkels leeg terwijl dit op de A1-locaties maar één op de twintig betreft.

In het afgelopen jaar is het aantal voor verhuur of verkoop beschikbare winkels toegenomen in Zwolle, het aanbodvolume is toegenomen naar circa 5.050 m². Desondanks is er een hoog opnamevolume geregistreerd. Belangrijkste aanleiding hiertoe is de komst van Hudson's Bay, het Canadese warenhuis opent een vestiging van bijna 12.000 m² in het voormalige V&D pand. Tevens hebben de nieuwe winkels Puzzel en Spel in de Drietrommeltjessteeg (915 m²) en Sfeer.nl in Achter de Broeren (700 m²) fors bijgedragen aan het hoge opnamevolume. Na een lange periode van (ver)bouw hebben ook Primark en Zara in 2017 hun deuren geopend. De komst van deze modeketens bevestigt de positieve ontwikkeling van het hoofdwinkelgebied van Zwolle.


Legenda

— Hoofdwinkelstraat

Aanbod (m²)

Per 1 juli 2017 in de hoofdwinkelstraten

5.050

Opname (m²)

Medio 2016 - medio 2017 in de hoofdwinkelstraten

17.300

Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal aantal winkels in het centrale winkelgebied

7%

Leegstandpercentage (bron: Locatus, 2017)

Totaal winkeloppervlakte in het centrale winkelgebied

11%

Begrippen

Voor dit rapport zijn de volgende definities en afbakeningen gehanteerd:

Hoofdwinkelstraten

Een aaneengesloten gebied in de binnenstad met een hoge concentratie aan detailhandel welke door de winkelmakelaars van Dynamis als zodanig is aangemerkt. Voor een stratenspecificatie kan contact op worden genomen met Dynamis.

Centrale winkelgebied

Een aaneengesloten gebied in de binnenstad met een hoge concentratie aan detailhandel welke door Locatus is vastgesteld, dit is normaliter een ruimer winkelgebied dan de hoofdwinkelstraten die door de winkelmakelaars van Dynamis zijn aangemerkt.

Aanbod

Het op de vrije markt brengen van een bestaande, gereed dan wel in aanbouw of renovatie zijnde, en daadwerkelijk binnen twaalf maanden beschikbaar komende en niet reeds uit de markt genomen winkelobjecten. De aanbodcijfers, zoals die in dit rapport zijn weergegeven, zijn gemeten op 1 juli en vormen een momentopname. Er is geen ondergrens gehanteerd. In het aanbod worden uitsluitend bestaande objecten geregistreerd (gereed of in aanbouw/renovatie; zij zijn daadwerkelijk binnen twaalf maanden beschikbaar en niet reeds uit de markt genomen). Dit kan inhouden dat winkelruimte in het aanbod wordt meegenomen zonder dat sprake is van leegstand: de ruimte kan nog in gebruik of in aanbouw/renovatie zijn.

Winkelleegstand

Winkels die als zodanig worden aangemerkt en geen huurder huisvesten.

Opname

Een winkeltransactie die op de 'vrije' markt verhuurd of verkocht is en dient ten behoeve van eigen gebruik. Ook voor de opnamecijfers wordt geen ondergrens gehanteerd met betrekking tot het metrage. Beleggingstransacties worden buiten beschouwing gelaten. De gebruikerstransacties in dit rapport zijn geregistreerd in de periode van 1 juli tot 1 juli.

Branches

Om een goed beeld te krijgen van de aard van de winkeliers die winkelruimte hebben gehuurd of gekocht, zijn de winkeltransacties per branche onderverdeeld. De branches zijn ingedeeld naar Dagelijks, Detailhandel overig, Diensten, In/om huis, Leisure, Mode & Luxe, Vrije Tijd en Onbekend. Elke branche kent vervolgens een sub-branchering ter verduidelijking van de type huurder.

Factory Outlet Store (FOC)

Een omsloten en centraal aangestuurde omgeving waar fabriekswinkels van bekende merken hun restartikelen, foutieve en gedateerde artikelen tegen een gereduceerde prijs verkopen aan consumenten.

PDV/GDV-locaties

Onder perifere detailhandel (PDV) wordt verstaan: grote winkels waar men in hoofdzaak volumineuze artikelen kan kopen, gevestigd in de periferie (veelal rand van de stad). Bij Grootschalige Detailhandelsvestigingen (GDV) gaat het niet om de omvang van de goederen, maar om de omvang van de winkel zelf. Grootschalige detailhandelsvestigingen zijn minimaal 1.500 m² bruto vloeroppervlak. Voor grootschalige detailhandelsvestigingen geldt geen branchebeperking.

A-B-C-locaties

De A, B en C segmenten zijn ingedeeld op basis van passantentellingen door Locatus. A locaties zijn winkels waarbij de passantenstromen hoger liggen dan 50% van het maximaal. B-locaties zijn de aanloopstraten met een passantenstroom van 10% tot 50% van het maximaal en C-locaties zijn locaties buiten het eigenlijke winkelgebied met een lagere bezoekersintensiteit (<10%).

 **Boek & Offermans Makelaars**
DYNAMIS Akerstraat 39-41
Postbus 677
6400 AR Heerlen
† 045 574 32 33
info@boek-offermans.nl
www.boek-offermans.nl
(ook in Maastricht en Venray)

 **Molenbeek Makelaars**
DYNAMIS Emmalaan 39
3581 HP Utrecht
† 030 256 88 11
info@molenbeek.nl
www.molenbeek.nl

 **Strijbosch Thunnissen**
DYNAMIS **Bedrijfsmakelaars Arnhem**
Sweerts de Landasstraat 27
Postbus 588
6800 AN Arnhem
† 026 355 21 00
arnhem@s-t.nl
www.stmakelaars.nl

 **Frisia Makelaars**
DYNAMIS Javastraat 1a
2585 AA Den Haag
† 070 342 01 01
bog@frisiamakelaars.nl
www.frisiamakelaars.nl

 **Ooms.com**
DYNAMIS Maaskade 113
Postbus 24040
3007 DA Rotterdam
† 010 424 88 88
bog@ooms.com
www.ooms.com
(ook in Dordrecht)

 **Strijbosch Thunnissen**
DYNAMIS **Bedrijfsmakelaars Nijmegen**
St. Canisiussingel 22
Postbus 1005
6501 BA Nijmegen
† 024 365 10 10
info@s-t.nl
www.stmakelaars.nl

 **HRS Bedrijfsmakelaars**
DYNAMIS Pettelaarpark 36
Postbus 2073
5216 PD 's-Hertogenbosch
† 073 80 000 08
info@hrsbedrijfsmakelaars.nl
www.hrsbedrijfsmakelaars.nl

 **Rodenburg Bedrijfsmakelaars**
DYNAMIS Paslaan 20
7311 AL Apeldoorn
† 055 5 268 268
info@rodenburg.nl
www.rodenburg.nl
(ook in Deventer en Zwolle)

 **Van der Sande VanOpstal**
DYNAMIS **Bedrijfsmakelaars**
Vijverstraat 1
4818 ST Breda
† 076 514 74 54
bog@vandersande.nl
www.vandersande.nl

 **Kuijs Reinder Kakes**
DYNAMIS Valkenburgerstraat 67 a/b
1011 MG Amsterdam
† 020 626 53 61
amsterdam@krk.nl
www.krk.nl
(ook in Alkmaar en Zaandam)

 **Snelder Zijlstra**
DYNAMIS **Bedrijfsmakelaars**
Hoedemakerplein 1
Postbus 2022
7500 CA Enschede
† 053 485 22 44
bedrijfsmakelaars@snelderzijlstra.nl
www.snelderzijlstra.nl

 **Verschuuren & Schreppers**
DYNAMIS **Bedrijfsmakelaars**
Emmasingel 13
5611 AZ Eindhoven
† 040 211 11 12
info@verschuuren-schreppers.nl
www.bedrijfsmakelaar.nu

 **Lamberink Bedrijfsmakelaars**
DYNAMIS Stationsstraat 24 -26
Postbus 993
9400 AZ Assen
† 0592 33 84 20
bedrijfsmakelaars@lamberink.nl
www.lamberink.nl
(ook in Groningen)

 **DYNAMIS**

Orteliuslaan 5
3528 BA Utrecht
† 030 767 03 90
dynamis@dynamis.nl
www.dynamis.nl