

5.

Veranderingen in de winkelstraat

In het afgelopen decennium is het aanzien van de detailhandel aanzienlijk veranderd. De opkomst van online winkelen en een relatief zwak economisch tij hebben sporen achtergelaten in de winkelstraat. Het aantal winkels is afgenomen, grotere ketens zijn failliet gegaan en het aantal webwinkels is verdrievoudigd. Dit hoofdstuk beschrijft hoe de effecten van deze ontwikkelingen in de periode 2010–2019 per regio verschillen.

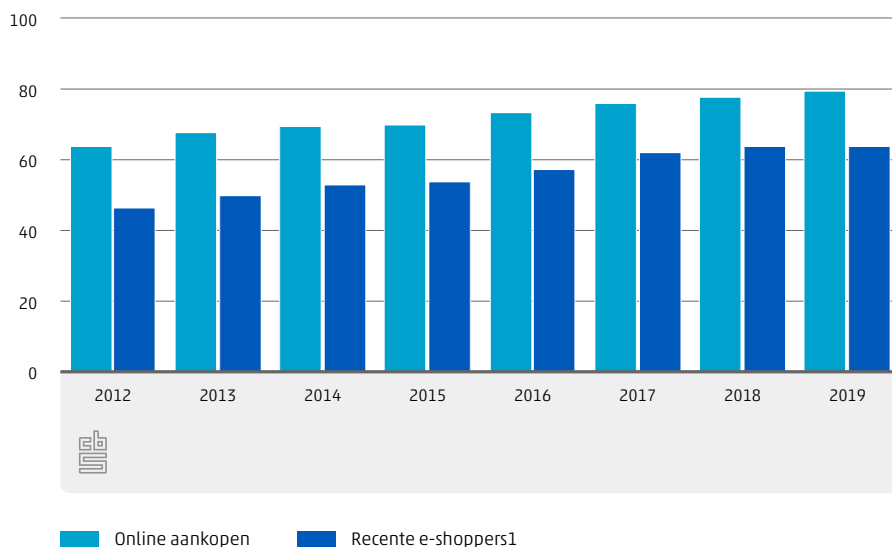
5.1 Online winkelen wordt steeds gewoner

Consumenten kopen steeds vaker en meer via internet. Het aandeel Nederlanders dat online aankopen (e-shoppen) doet, is verder gestegen. In 2019 kocht 79 procent van de Nederlanders van 12 jaar of ouder iets via internet, in 2012 was dat 64 procent. Onder online winkelen vallen aankopen via een internetbrowser of een app. Van de 11,5 miljoen online shoppers in 2019 deden 9,5 miljoen in de afgelopen drie maanden een aankoop online. Het aantal recente e-shoppers is de laatste jaren ook sterk toegenomen, van 46 procent in 2012 naar 64 procent in 2019. Niet alleen het aandeel Nederlanders dat online aankopen doet is toegenomen, ook de frequentie en waarde van aankopen steeg de laatste jaren. In 2019 kocht bijna een kwart drie, vier of vijf keer iets online in de afgelopen drie maanden voorafgaand aan het onderzoek, 10 procent deed dit zes tot tien keer en 9 procent kocht vaker dan tien keer iets online. Het bedrag dat in de drie maanden voorafgaand aan het onderzoek aan online aankopen is besteed, ligt vaak tussen 100 en 500 euro. Ruim een kwart van de Nederlanders deed gedurende die periode aankopen in die prijsklasse. In 2012 was dat 19 procent. In 2019 heeft ruim 5 procent van de Nederlanders voor duizend euro of meer online aangeschaft. In 2012 was dat 3 procent.

Daarnaast doen steeds meer mensen weleens een aankoop bij een buitenlandse webwinkel. In 2019 heeft 30 procent van de Nederlanders via internet iets aangekocht in een ander EU-land. Een kwart heeft digitaal gewinkeld buiten de EU. In 2012 lagen deze percentages nog rond de 10 procent.

5.1.1 Online winkelen

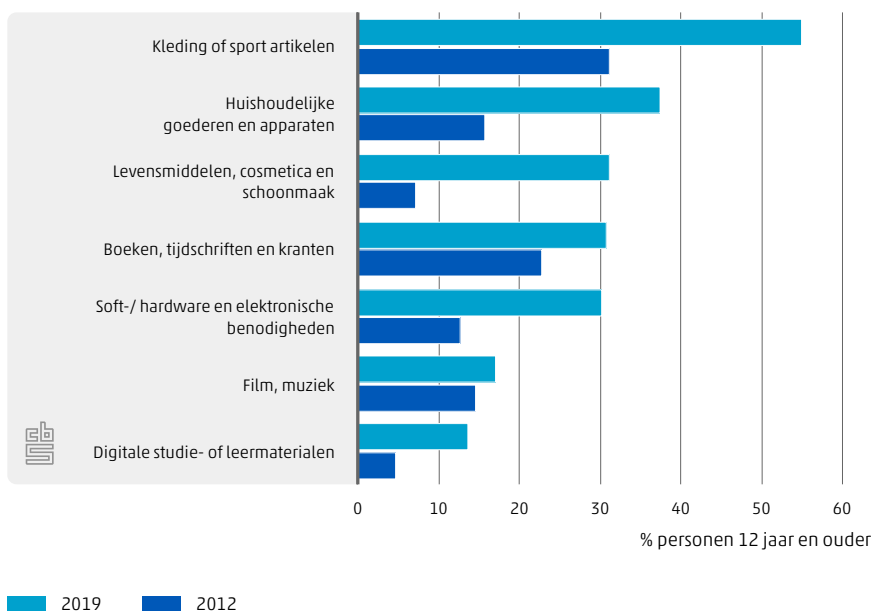
% personen 12 jaar en ouder



¹⁾ In de drie maanden voorafgaand aan het onderzoek online aankopen gedaan

In 2019 kochten online shoppers het vaakst kleding of sportartikelen (55 procent). In 2012 kocht 31 procent van de Nederlanders dit minimaal een keer via het web. Ook huishoudelijke goederen en apparaten en elektronische apparaten en soft-/hardware werden in 2019 door meer mensen via internet gekocht dan in 2012. Het digitaal kopen van levensmiddelen, cosmetica en schoonmaakspullen is aanzienlijk in populariteit toegenomen. In 2012 kocht slechts 7 procent van de bevolking deze goederen weleens online, in 2019 is dit toegenomen tot ruim 30 procent.

5.1.2 Online winkelen, soort aankoop



Zo'n 2,2 miljoen Nederlanders gaven in 2019 aan in het jaar voorafgaande aan het onderzoek géén online aankopen gedaan te hebben. 80 procent gaf als belangrijkste reden op dat ze liever een winkel bezoeken, bijvoorbeeld om het product in het echt te zien. Bijna drie op de tien waren bezorgd over de veiligheid en privacy en wilden geen creditcard- of persoonlijke gegevens afgeven. Ruim een kwart zei niet te weten hoe het moet.

5.2 Bedrijven halen steeds meer omzet via e-commerce

Bedrijven hebben steeds vaker een webshop en behalen steeds meer omzet uit de online verkoop. Dit geldt niet alleen voor bedrijven in de detailhandel. Ook de groothandel en industrie kunnen via internet hun producten direct aan de consument verkopen en doen dit ook steeds vaker.

In de groothandel heeft ondertussen 1 op de 3 bedrijven de mogelijkheid om te verkopen via een website of app. De online verkoop aan Nederlandse consumenten was in 2017 goed voor circa een vijfde van de totale online omzet in de groothandel.

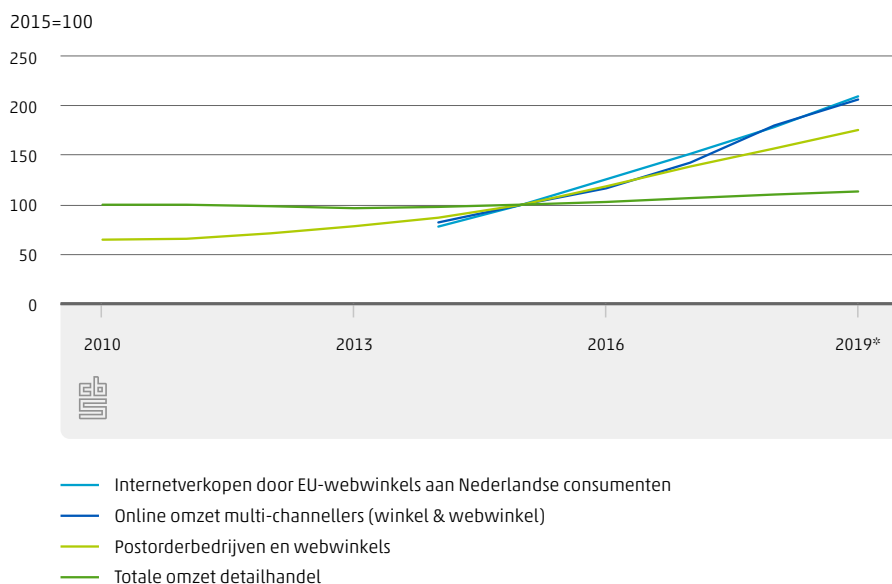
Dit aandeel was in 2013 nog 16 procent. Ook bedrijven in de industrie weten steeds vaker direct aan consumenten te verkopen.

Ook in de detailhandel is het aantal bedrijven dat verkoopt via een website toegenomen. Het gaat hier zowel om bedrijven die getypeerd zijn als webwinkels, als detaillisten die zowel een fysieke winkel als een webshop hebben, de zogeheten multi-channelers. In 2017 had meer dan de helft van de bedrijven in de detailhandel online verkoop, in 2013 was dit ruim een derde. Voor detaillisten geeft online verkoop de mogelijkheid om ook aan het buitenland te verkopen. In 2017 werd 10 procent van de online omzet uit het buitenland gehaald.

De omzet van de detailhandel is in de periode 2010–2019 met ongeveer 13 procent toegenomen. De online omzet van multi-channelers, de omzet van de postorders en webwinkels en de Nederlandse bestedingen bij buitenlandse webwinkels nam veel sterker toe dan de omzet van de totale detailhandel. De online-omzet van Nederlandse multi-channelers is in de periode 2014–2019 meer dan verdubbeld. De (totale) omzet bij postorderbedrijven en webwinkels is in de periode 2010–2019 bijna verdrievoudigd.

In de eerste helft van 2019 gaven Nederlandse consumenten 890 miljoen euro uit bij buitenlandse webwinkels in de Europese Unie. In heel 2014 werd voor ruim 690 miljoen euro bij Europese webwinkels gekocht. Het gaat bij de omzet van Europese webwinkels om online-aankopen van Nederlandse consumenten bij bedrijven in de EU die buiten Nederland zijn gevestigd. De aankopen van Nederlanders bij Europese webwinkels vormen wel een relatief klein deel van de consumptieve bestedingen. In 2018 ging het om nog geen 2 procent van de totale Nederlandse detailhandelsomzet. Het verschil tussen Nederlandse en buitenlandse webwinkels is voor een consument niet altijd goed te zien. Webwinkels zijn veelal in meerdere talen opgemaakt en buitenlandse webwinkels kunnen een Nederlandse versie hebben.

5.2.1 Omzet online en offline winkelen



* op basis van j.o.j. groei eerste halfjaar 2019

5.3 Minder winkels, meer webshops

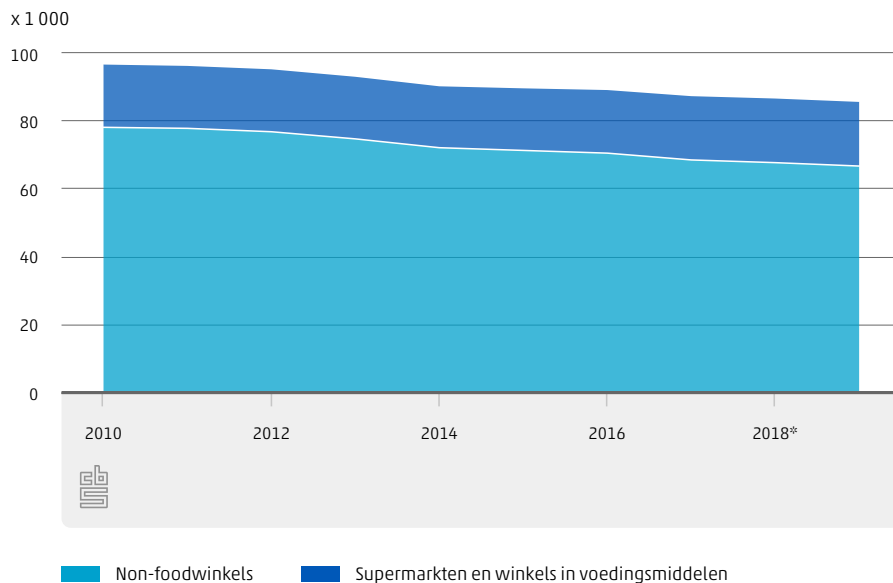
Mede door de opkomst van het online winkelen is het aanzien van de winkelstraat verandert. Sinds 2010 is het aantal fysieke winkels met ruim 11 procent afgenomen. Per 1 januari 2019 telde Nederland bijna 86 duizend winkelvestigingen. In 2010 waren dat er nog ruim 97 duizend.

Voor het bepalen van het aantal 'fysieke winkels' in Nederland zijn van het totaal aantal vestigingen in de detailhandel de vestigingen van een aantal onderdelen afgetrokken: tankstations en apotheken telt het CBS doorgaans niet mee in de publicaties over de detailhandel. Daarnaast zijn voor het bepalen van het aantal fysieke winkels ook enkele vormen van detailhandel die niet plaatsvinden in een winkel uitgesloten: de markthandel, colportage en straathandel en de postorderbedrijven en webwinkels.

Onder 'voeding' vallen de supermarkten en de voedingsspecialzaken. Alle andere soorten detailhandel vallen onder non-food.

Het zijn non-food winkels die zijn verdwenen, van de 78 duizend vestigingen in 2010 waren er begin 2019 nog 67 duizend over (-15 procent). Het aantal supermarkten nam in deze periode toe, het aantal voedingspecialzaken (zoals bakkers, slagers en de groenteboer) is min of meer gelijk aan 2010.

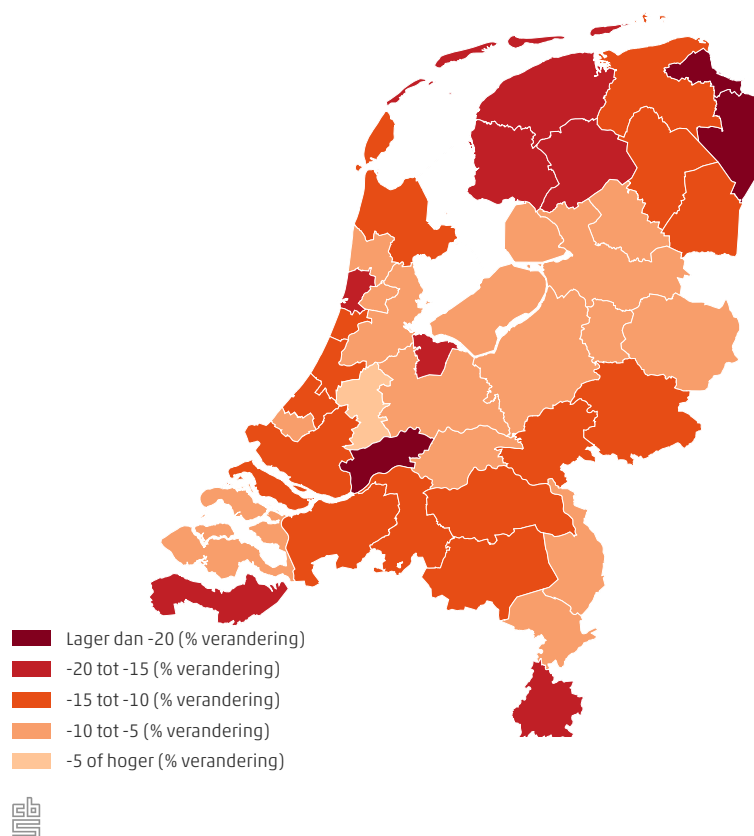
5.3.1 Fysieke winkelvestigingen



* voorlopige cijfers

Landelijk verdween 11 procent van het aantal fysieke winkels in de periode 2010-2019. In alle COROP-gebieden nam het aantal vestigingen af. In 22 van de 40 gebieden was de afname groter dan het landelijk gemiddelde; in 10 daarvan nam het aantal winkels met meer dan 15 procent af. Deze gebieden liggen vooral aan de rand van Nederland. In 16 COROP-gebieden verdween tot 10 procent van de winkels.

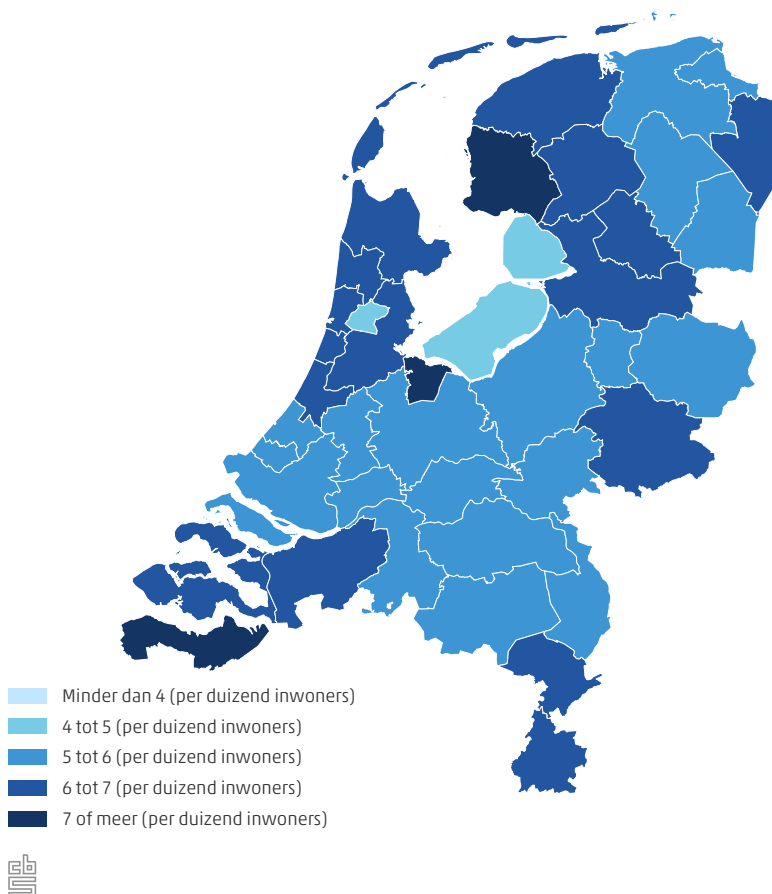
5.3.2 Fysieke winkelvestigingen naar COROP-gebied¹⁾, 2019 t.o.v. 2010



¹⁾ Gemeentelijke herindelingen in deze periode gaan soms over de grenzen van COROP-gebieden heen. Dit speelt vooral in Friesland, daarom is voor de 3 COROP-gebieden in Friesland het cijfer van de provincie ingezet. Ook in Groningen en Zuidoost-Zuid-Holland speelt dit, maar in mindere mate.

Niet alleen zijn er in 2019 minder winkels dan in 2010, de Nederlandse bevolking is in deze periode met ruim 700 duizend personen gegroeid. De winkeldichtheid, het aantal winkels per duizend inwoners, is dan ook afgenomen van 6 in 2010 naar 5 winkels per duizend inwoners in 2019. In alle COROP-gebieden nam de winkeldichtheid af. In enkele gebieden kromp de bevolking en is de afname in winkeldichtheid relatief kleiner dan de afname van het aantal vestigingen. In gebieden met bevolkingsgroei is de afname in winkeldichtheid juist groter. De hoogste winkeldichtheid is in Zeeuwsch-Vlaanderen met bijna 7 winkels per duizend inwoners. In 2010 was dit nog 8. In Flevoland is de winkeldichtheid het laagst, met nog geen 4 winkels per duizend inwoners.

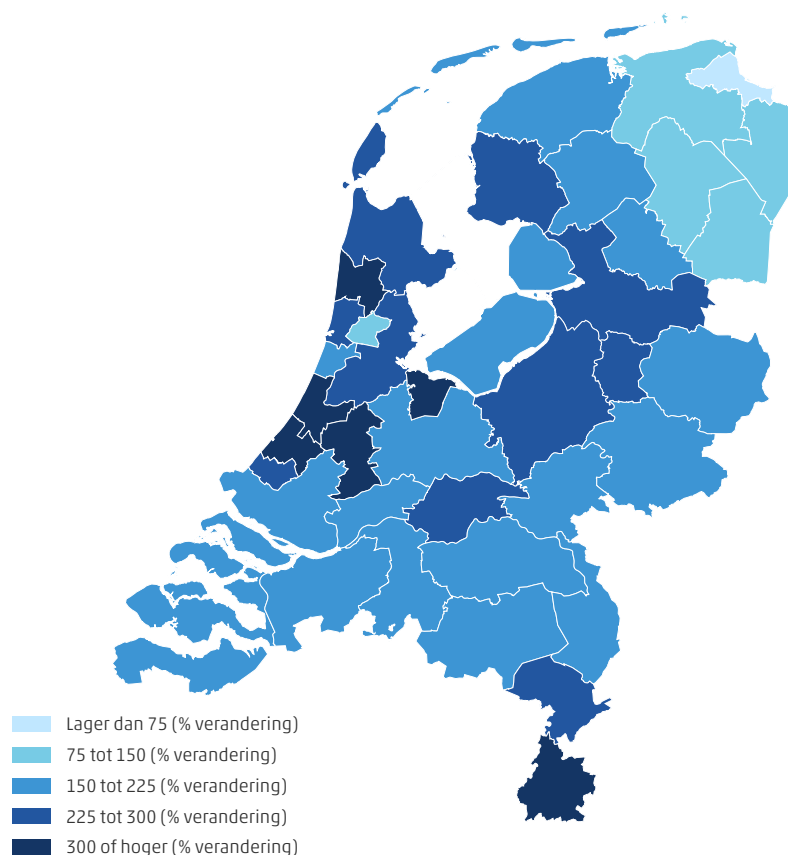
5.3.3 Aantal winkels per duizend inwoners naar COROP-gebied, 2010 en 2019



Tegenover het verdwijnen van de fysieke winkels staat de groei in het aantal webwinkels. In 2010 waren er 12,5 duizend postorderbedrijven en webwinkels. In 2019 was dit aantal meer dan verdrievoudigd tot 40 duizend. Het gaat hier om vestigingen van bedrijven die getypeerd zijn als webwinkel. Doorgaans zitten hier geen fysieke winkels bij, een enkele uitzondering daargelaten (zogenoeten pop-up stores van webwinkels gevestigd op hetzelfde adres als de webwinkel). De webwinkels van bestaande winkeliers kunnen hieronder vallen, wanneer ze op een ander adres gevestigd zijn dan de fysieke winkel. Het kan ook zo zijn dat grotere ketens hun webwinkel als apart dochterbedrijf (met vestigingen) oprichten. Webwinkels ingeschreven bij hetzelfde adres als de fysieke winkel worden niet apart geteld.

In de krimpregio's in Noordoost Nederland nam het aantal webwinkels minder sterk toe. Vooral in de Randstad en Zuid Limburg kwamen er veel webwinkels bij.

5.3.4 Webwinkels naar COROP-gebied, 2019 t.o.v. 2010

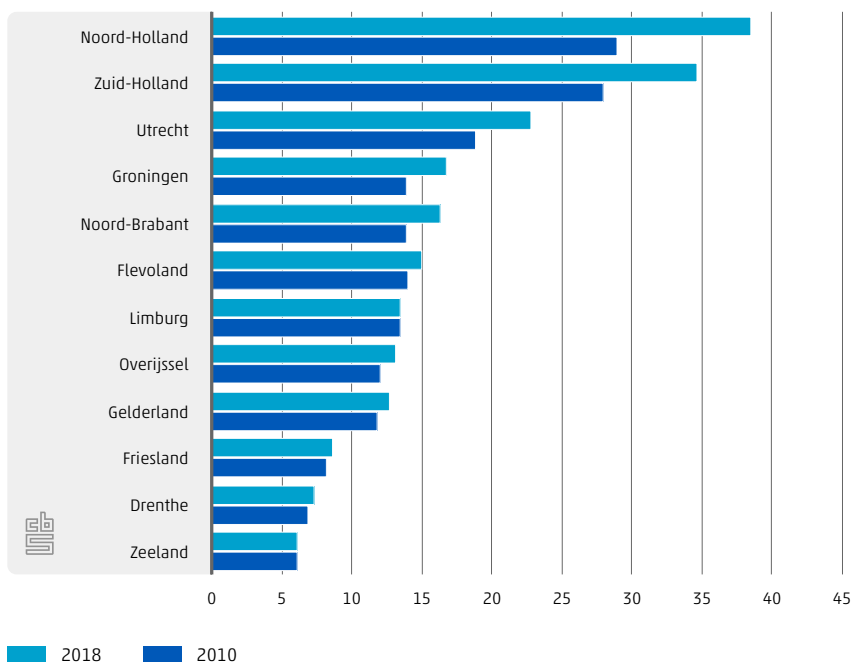


5.4 Meer supermarkten, minder speciaalzaken in de buurt

Het aantal supermarkten is toegenomen in de periode 2010–2019. De gemiddelde afstand over de weg van het woonadres naar de dichtstbijzijnde grote supermarkt (meer dan 150 m² winkeloppervlak) was 900 meter in 2018, evenver als in 2010. Het aantal grote supermarkten binnen 5 kilometer van huis nam toe van 19 naar 22.

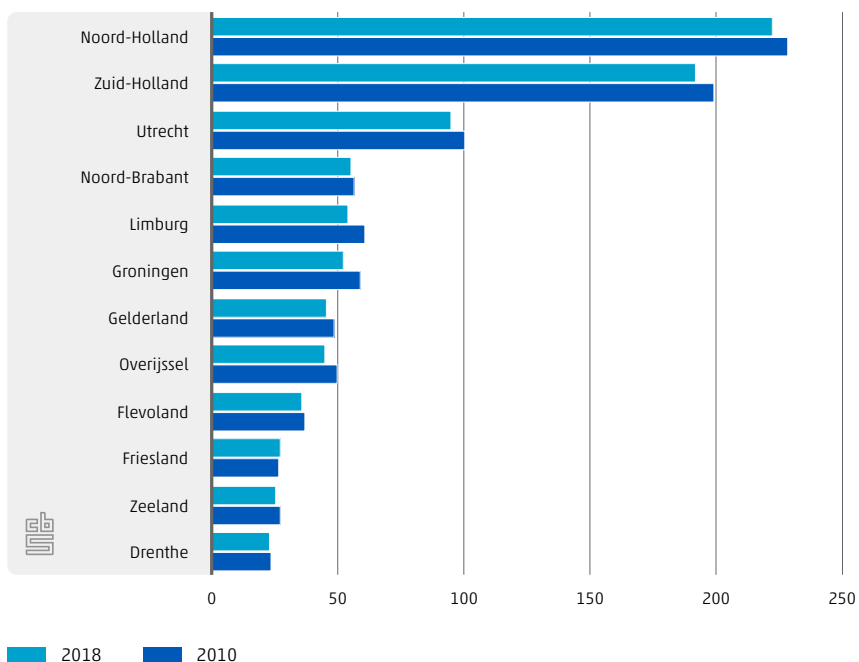
In de meer landelijke provincies is de gemiddelde afstand en aantal supermarkten lager, in de meer verstedelijkte provincies groter. Het aantal grote supermarkten binnen 5 kilometer van huis was in 2018 in nagenoeg alle provincies hoger dan in 2010, alleen in Zeeland en Limburg niet.

5.4.1 Gemiddeld aantal grote supermarkten binnen 5 km van woonadres



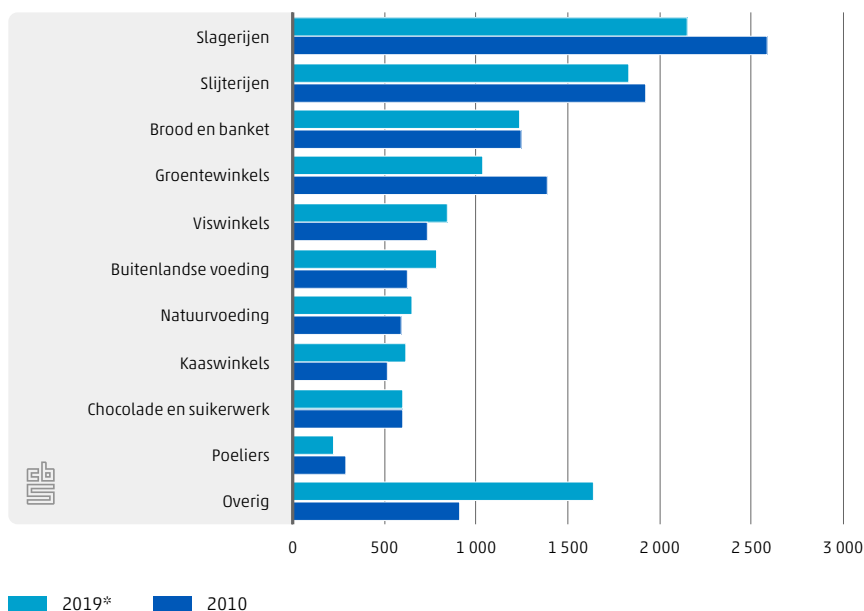
Ook de gemiddelde afstand tot overige winkels voor dagelijkse levensmiddelen, de speciaalzaken, veranderde met 800 meter niet. Wel was het gemiddeld aantal winkels binnen 5 kilometer van het woonadres in 2018 met 110 iets lager dan in 2010 (114). In alle provincies, behalve Friesland, was dit aantal in 2018 lager dan in 2010. In Noord-Holland zijn binnen 5 kilometer van huis gemiddeld bijna 10 keer zoveel speciaalzaken te vinden dan in Zeeland.

5.4.2 Gemiddeld aantal overige winkels voor dagelijkse levensmiddelen binnen 5 km van woonadres



Het aantal speciaalzaken in voedingsmiddelen was in 2019 ongeveer gelijk aan 2010, maar er waren verschuivingen in soorten winkels. Zo zijn er minder groenteboeren, slaggers, poeliers en slijterijen. Winkels met specialiteiten als vis, kaas, natuurvoeding en buitenlandse voeding kwamen er juist bij in deze periode. Daarnaast verdubbelde het aantal winkels met andere (overige) specialiteiten.

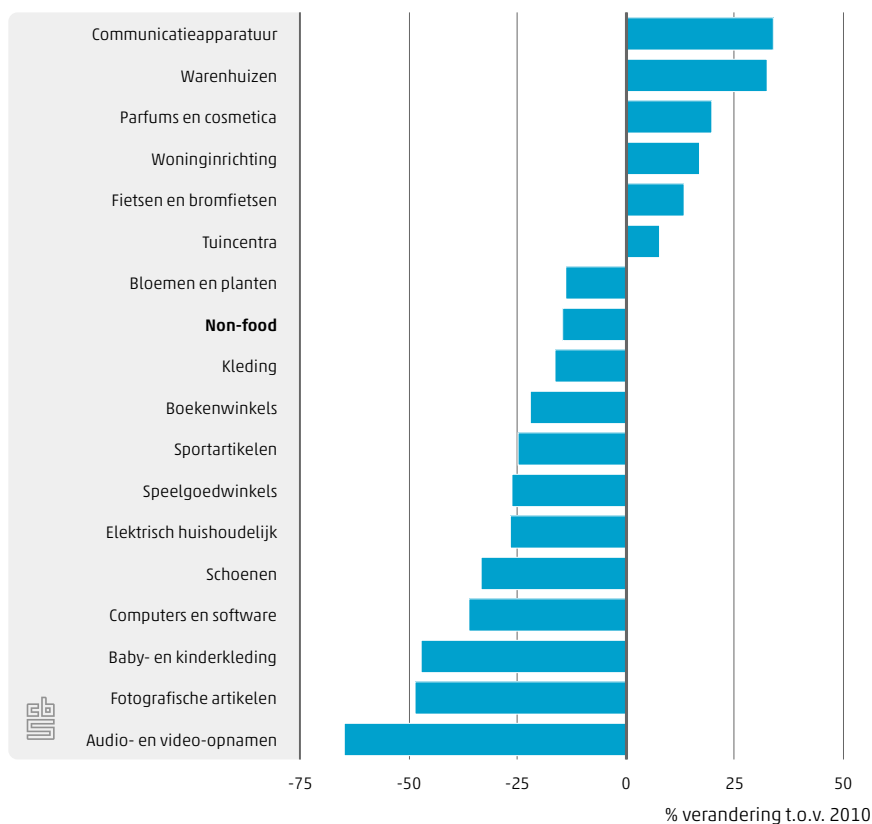
5.4.3 Winkels in voedingsmiddelen



5.5 Minder non-foodwinkels

Het aantal fysieke non-food winkels nam met bijna 15 procent af in de periode 2010–2019. Vooral het aantal winkels met een assortiment dat door consumenten steeds vaker online wordt gekocht nam af. Platen en cd's, boeken en kranten, speelgoed, fotografiebenodigdheden, schoenen en sportartikelen worden in toenemende mate online gekocht. Ook consumentenelektronica, zoals huishoudelijke apparaten of computers, is in steeds minder fysieke winkels te koop. De terugloop onder kledingwinkels is minder hard gegaan, de afname ligt rond het gemiddelde. Wel is het aantal winkels in baby- en kinderkleding gehalveerd. Er zijn niet alleen maar afnames te melden onder non-foodwinkels. Zo nam het aantal tuincentra toe (terwijl het aantal bloemenzaken afnam) in het afgelopen decennium. Het aantal winkels in woninginrichting nam toe, net als het aantal warenhuizen (winkels met een breed algemeen assortiment). Ook winkels gespecialiseerd in communicatie(apparatuur) zoals mobiel bellen schoten als paddenstoelen uit de grond.

5.5.1 Non-foodwinkels, 2019



5.6 Leegstand en nieuw leven voor voormalige winkelpanden

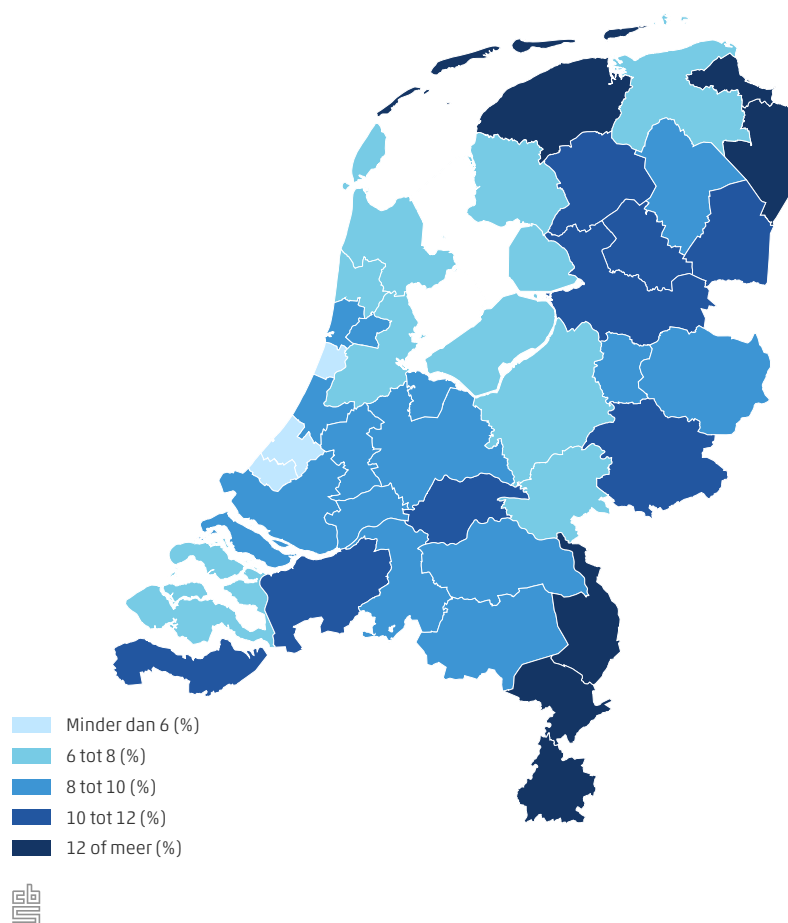
Van alle winkelpanden was 8 procent niet in gebruik per 1 januari 2019. Dit betekent dat van de 120 duizend winkels waarvan het gebruik of leegstand kon worden bepaald, er bijna 9,9 duizend leegstonden. In de periode 2015–2019 is het percentage leegstand van panden nagenoeg niet veranderd. Het gaat om administratieve leegstand, oftewel op basis van inschrijvingen in het handelsregister. Gedeeltelijke leegstand is niet meegenomen. Van het totaal beschikbare vloeroppervlak van winkelpanden is 6 procent ongebruikt. Dit betekent dat er relatief meer kleinere winkelpanden leeg staan. Op 1 januari 2017 was 7 procent van het vloeroppervlak niet in gebruik. In 2016 waren er relatief veel

faillissementen in de detailhandel, waaronder een aantal ketens met veel vestigingen en een grote warenhuisketen.

Vooral in de noordelijke provincies en in Limburg lag de leegstand boven het landelijk gemiddelde. In Limburg was de winkelleegstand met 14 procent van de panden het hoogst.

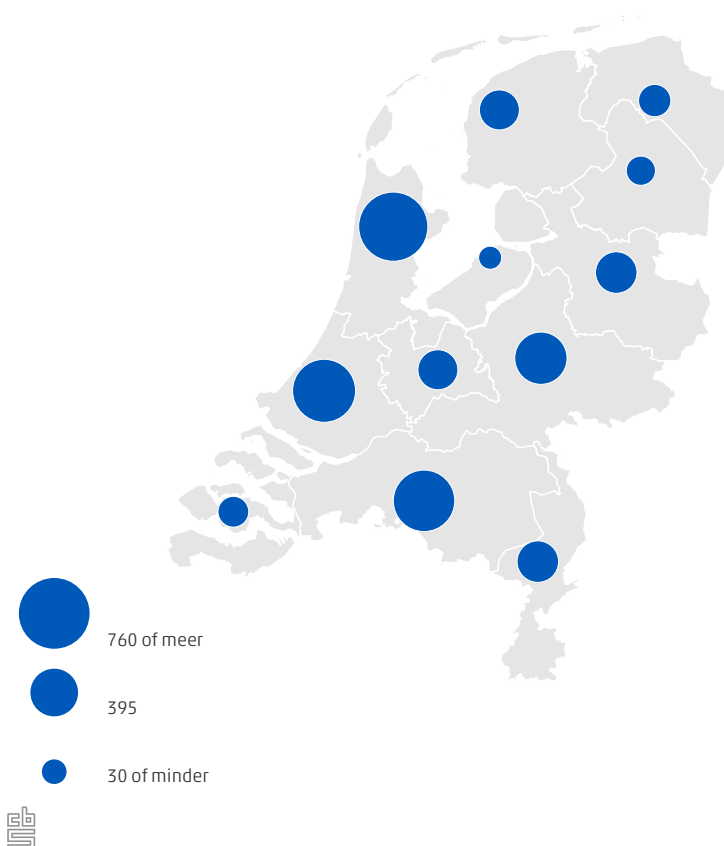
Van de 16 gemeenten waar ten minste een zesde van de winkels geen gebruiker had in 2019, lagen de meeste dan ook in Limburg (8). In Ede was de leegstand met 1 procent het laagst. Van de vier grootste steden was de leegstand met 9 procent het grootst in Rotterdam. In Den Haag was de leegstand met 4 procent het laagst. In Amsterdam en Utrecht stond 7 procent van de winkels leeg.

5.6.1 Leegstand van winkelpanden naar COROP-gebied, 2019



In de periode 2012–2018 zijn ruim 4,1 duizend voormalige winkelpanden omgezet naar bijna 9 duizend woningen. Deze woningtransformaties [vonden vooral plaats in Noord-, Zuid Holland en Brabant, de provincies met de meeste winkelpanden.](#)

5.6.2 Tot woning getransformeerde winkelpanden, 2012-2018



5.7 Conclusie

Nederlanders zijn in de periode 2010–2019 steeds meer online gaan winkelen. Het aantal fysieke winkels nam in die periode met meer dan 10 procent af, terwijl het aantal webwinkels is verdrievoudigd. Het zijn de non-foodwinkels die zijn verdwenen. Overal in Nederland is de winkeldichtheid afgenomen. Gemiddeld genomen is het aantal supermarkten binnen 5 kilometer van het woonadres toegenomen, terwijl het aantal voedingspeciaalzaken afnam. De leegstand onder

winkelpanden is relatief laag en al jaren stabiel. Een deel van voormalige winkelpanden heeft een nieuw leven als woning gekregen.

5.8 Literatuur

[Nieuwsbericht – Recordomzet Europese webwinkels in Nederland](#)

[Publicatie – ICT, Kennis en Economie 2019](#)

[Leegstandmonitor 2019](#)