



'Herstel voor Nederlandse winkelstraat'

Foto: ANP

Gepubliceerd: 28 december 2017 12:2028-12-17 12:20

De Nederlandse winkelstraat laat herstel zien na een buitengewoon moeizame periode, waarin bekende ketens zoals V&D, Dixons en Dolcis uit het straatbeeld verdwenen. Is de weg omhoog definitief ingezet?

Winkeliers profiteren vooral van de sterke economische groei, waardoor de koopbereidheid van consumenten toeneemt. Ook werd tijdens de recente feestdagenperiode fors de portemonnee getrokken.

Retaildeskundige Paul Moers stelt dat consumenten "lekker los zijn gegaan" met inkopen voor onder meer sinterklaas en de kerstdagen.

"Consumenten zijn weer terug in de winkelstraat. Het winkellandschap is ook weer gezelliger geworden door de combinatie van horeca en winkels. Dus je kunt wel zeggen dat het dieptepunt voorbij is", aldus Moers. "Er komen ook steeds meer buitenlandse ketens in de Nederlandse winkelstraat zoals Hudson's Bay. Dat vergeten mensen wel eens."



Dieptepunt voorbij

Laurens Sloot, hoogleraar Retail bij de Rijksuniversiteit Groningen, denkt eveneens dat de feestdagenperiode goed is verlopen voor de detailhandel. "Mensen hebben dan meer vrije tijd en winkelen is ook een vorm van vrijetijdsbesteding. De detailhandel wordt gestuurd door de economie en in die zin is het dieptepunt in het winkellandschap wel geweest. De leegstand is aan het afnemen, geholpen door de hogere consumentenbestedingen en de lagere huurprijzen."

De Nederlandse detailhandelssector is echter nog niet terug op het niveau van voor de economische crisis, aldus Sloot. Hoewel het nu beter gaat vraagt hij zich wel af hoe de situatie over een jaar of vijf is.

Online

Sloot zegt: "Online blijft hard groeien en dat gaat deels ten koste van de omzet in de gewone winkels. Dat effect wordt nu nog gemaskeerd door de aantrekkende bestedingen, maar ik vrees een tweede leegstandsgolf bij de volgende periode van laagconjunctuur."

Het internet vormt volgens Moers juist geen bedreiging voor traditionele winkelbedrijven. "Online is eerder een kans. Zelfs online bedrijven zoals Coolblue en Amazon zijn bezig echte winkels te openen. De combinatie van online en fysieke winkels is juist sterk."

Door: ANP