

Aandeel bekende ketens neemt af: 'Spookbeeld eentonige winkelstraat is illusie'

AMSTERDAM - Winkelgebieden hebben sinds 2010 meer kleur op de wangen gekregen. Dat wil zeggen, het aandeel van bekende winkel- en horecaketens neemt af. Daarmee komt het spookbeeld van steeds eentoniger winkelstraten niet uit. Dat concludeert ABN Amro in een dinsdag verschenen rapport.

Landelijke en lokale beleidsmakers hielden de afgelopen jaren hun hart vast dat detailhandel en horeca ten prooi zouden vallen aan eenvormigheid en verschraling. De coronapandemie die veel ondernemers in de problemen bracht en – zeker in de horeca – leidde tot een ruime verdrievoudiging van het aantal bezorgformules als Domino's, Sushi Point of Taco Express, droeg aanzienlijk bij aan de onrust.

De cijfers van onderzoeksbureau Locatus waarop de bank zich baseert, geven een ander beeld. In 2010 behoorde 28,1% van de winkels en horecabedrijven tot een formule, en dat is nu gedaald naar 24,4%. Het is het gemiddelde van de ruim 30% van de winkels en de ruim 10% van de horecabedrijven die nu tot een formule behoren.

Stijging na daling

„In de afgelopen twee jaar zie je wel een lichte stijging”, zegt Ward van der Stee, sectoranalist bij ABN Amro. „In horeca is het aantal formulegebonden ondernemingen sinds 2010 geleidelijk gegroeid, terwijl in de winkels in 2021 een einde kwam aan een jarenlange daling.”

Per saldo leverde die daling sinds 2010 een afname op van het aantal zaken dat is aangesloten bij de bekende winkel- en horecaketens. Dat de afgelopen twee jaar het aandeel van winkelformules weer iets toeneemt, is volgens de onderzoeker vooral een gevolg van winkelsluitingen. „Consumenten kopen meer witgoed zoals koelkasten en vaatwassers, meubels en doe-het-zelf artikelen online, waardoor in winkelgebieden de ketens overblijven.”

Daartegenover staat een daling van het aantal formulegebonden winkels in categorieën als huishoudelijke artikelen, luxeartikelen en boekwinkels. „Daar dalen de winkelverkoppen al langer”, zegt Vander Stee. „Ook zetten bekende formules als Blokker, H&M of Zara in op online beschikbaarheid van assortiment, waardoor ze minder winkels nodig hebben.”

Belastingen en coronasteun

Veel ondernemers in het midden- en kleinbedrijf hebben moeite om uitgestelde belastingen en ontvangen coronasteun terug te betalen. Zal dit ervoor zorgen dat het aandeel van winkel- en horecaformules verder stijgt in de komende jaren? „De overheid is soepel met de termijn waarop belastingen en steungeld moet worden terugbetaald”, zegt Van der Stee. „Je kunt het over heel wat jaren uitsmeren, waardoor de druk afneemt. Toch heeft een aanzienlijk aantal ondernemers nog geen contact gezocht met de Belastingdienst om dit te regelen. Dat moet natuurlijk wel gebeuren. Het aantal faillissementen neemt wel toe, maar zit dit jaar nog op het niveau van 2018. Er is geen indicatie dat er een golf van stoppende bedrijven aankomt. Stijgende kosten voor energie, personeelstekort, hogere lonen door inflatie en consumenten die naar alternatieven zoeken, maken het wel uitdagende tijden voor ondernemers. Maar het totale aantal stoppende bedrijven is afgenomen, vergeleken met de coronajaren.

Meer winkelbezoek

Het spookbeeld van verschrallende winkelgebieden waarin eentonigheid de boventoon voert, daarvan is geen sprake volgens ABN Amro. „De werkeloosheid is laag, de spaartegoeden zijn nog hoog en de consumentenbestedingen blijven op peil, zeker omdat mensen weer meer fysieke winkels bezoeken”, zegt Van der Stee. „Dat is een positieve ontwikkeling die ondernemers helpt. Als in de horeca de groei in het aantal afhaal- en bezorgformules ook wegvalt, is er een extra reden om ervan uit te gaan dat eentonigheid in de komende jaren geen probleem zal zijn voor winkelgebieden.”

Bron: telegraaf.nl