

HOORZITTING VLAAMS PARLEMENT

Effecten van perifere winkelcentra

10 juni 2015

Willem de Laat



Veel kopen tegen lage prijzen.....



21% meer kwartaalomzet voor H&M - RetailDetail

retaildetail.be Dankzij een beresterke augustusmaand zag het Zweedse H&M zijn kwartaalomzet met bijna een vijfde groeien.

Primark ziet omzet 16% aantrekken - RetailDetail

retaildetail.be Primark heeft zijn omzet in het boekjaar 2013/2014 op vergelijkbare basis met 4,5% zien aantrekken. Inclusief nieuwe winkels is er sprake van een stijging van de verkopen met 16%.



Omzet en consumentenbestedingen Ikea gestegen - RetailDetail

retaildetail.be De omzet van Ikea in het financiële jaar 2014 steeg met drie procent naar 28,7 miljard euro.

Effect van de vraag naar lage prijzen:



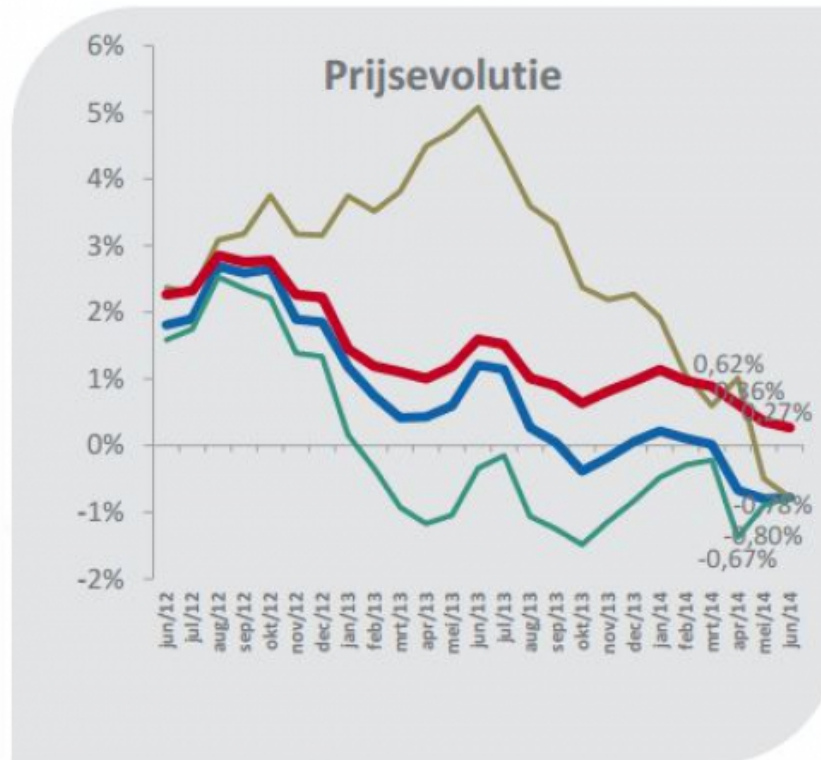
Polarisatie winkelformules:



Effect van de vraag naar lage prijzen:



Prijzen kelderen



- Tweede kwartaal 2014:
 - Algemene index: +0,42
 - Shop index: - 0,75
 - Voeding: - 0,10
 - Niet-voeding: - 1,02

Bron: FOD Economie - Comeos berekeningen— augustus 2014



1^e effect vraag naar lage prijzen: meer ketens

Productgroep	Vlaams Gewest						
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Dagelijkse Goederen	15,9%	17,4%	18,8%	19,8%	20,3%	20,7%	21,7%
Periodieke Goederen	19,4%	22,0%	22,3%	25,1%	26,7%	27,5%	29,1%
Uitzonderlijke goederen	10,9%	12,3%	13,2%	14,6%	16,9%	17,6%	18,0%
Overige detailhandel	7,7%	10,5%	14,5%	18,0%	18,7%	19,5%	21,9%
Totaal excl. Leegstand	15,3%	17,2%	18,2%	20,0%	21,3%	21,9%	23,1%

2^e effect vraag naar lage prijzen: schaalvergroting en kostenreductie

Trend: meer keuzes en beleving gewenst





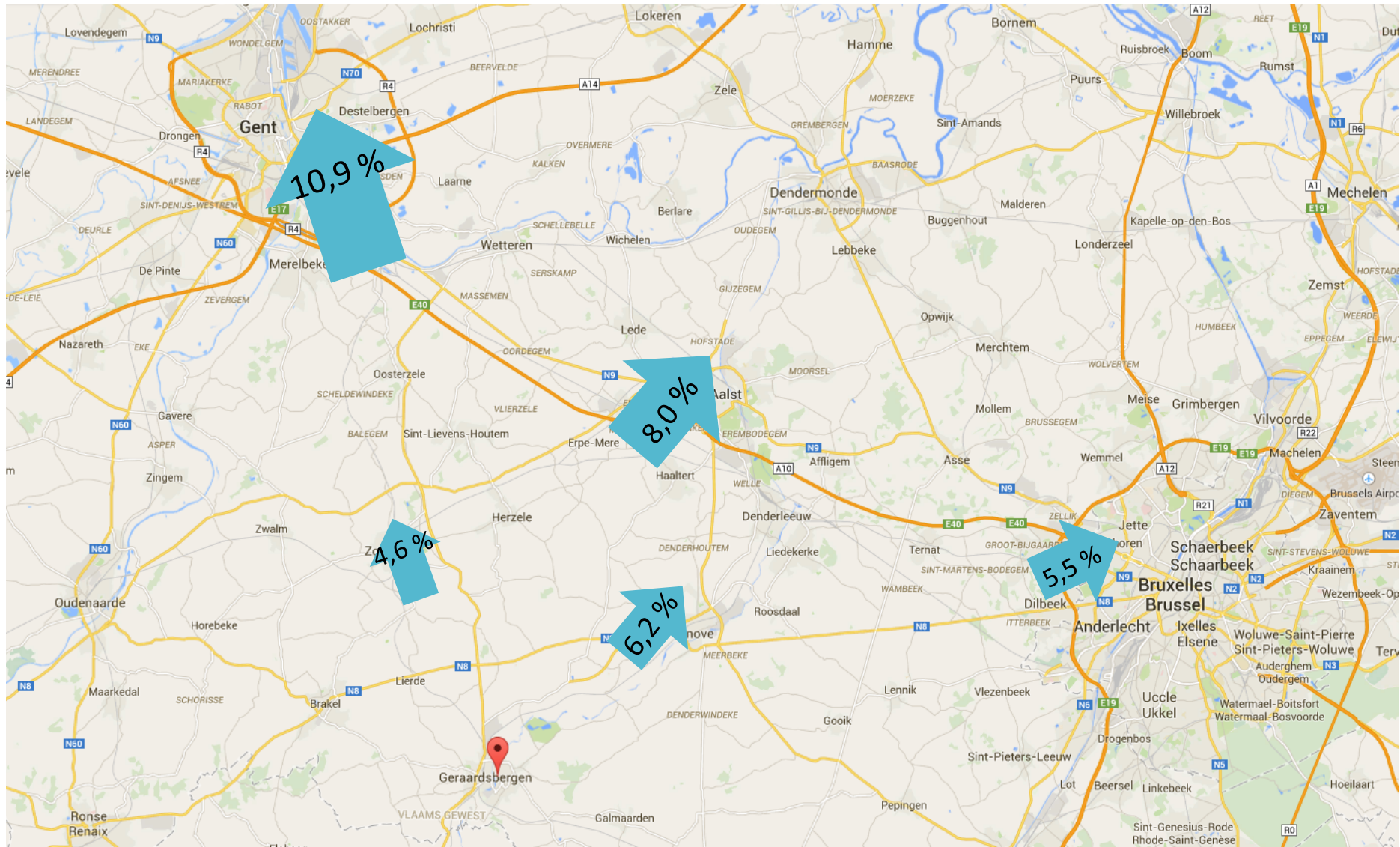
Thema: consument
wenst positieve
beleving.....



Praktijk: veel belevingsverschillen ...



Voorbeeld: afvloeiing uit Geraardsbergen (Perdiodieke goederen)





Verticale concurrentie



Geraardsbergen



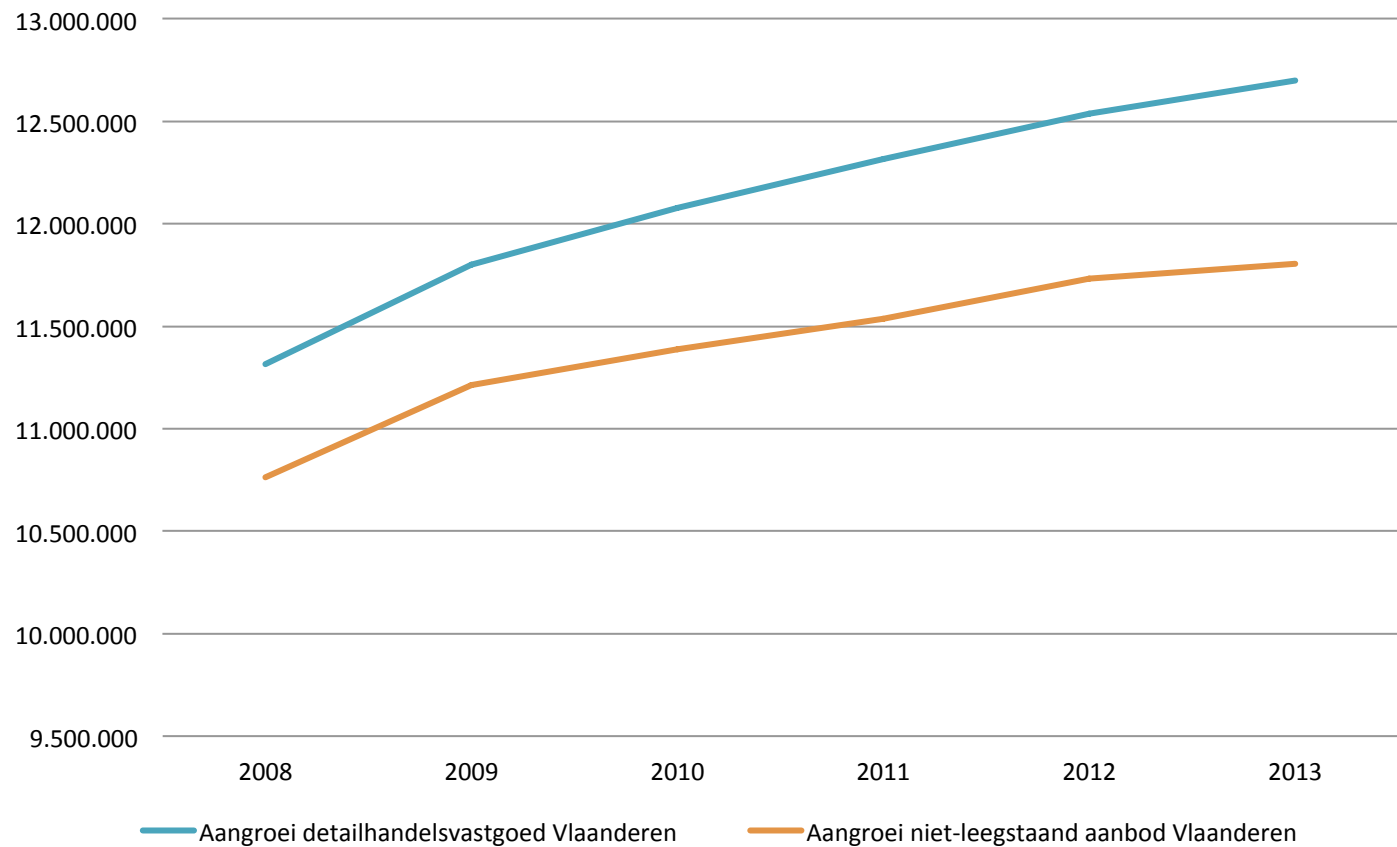
Gent



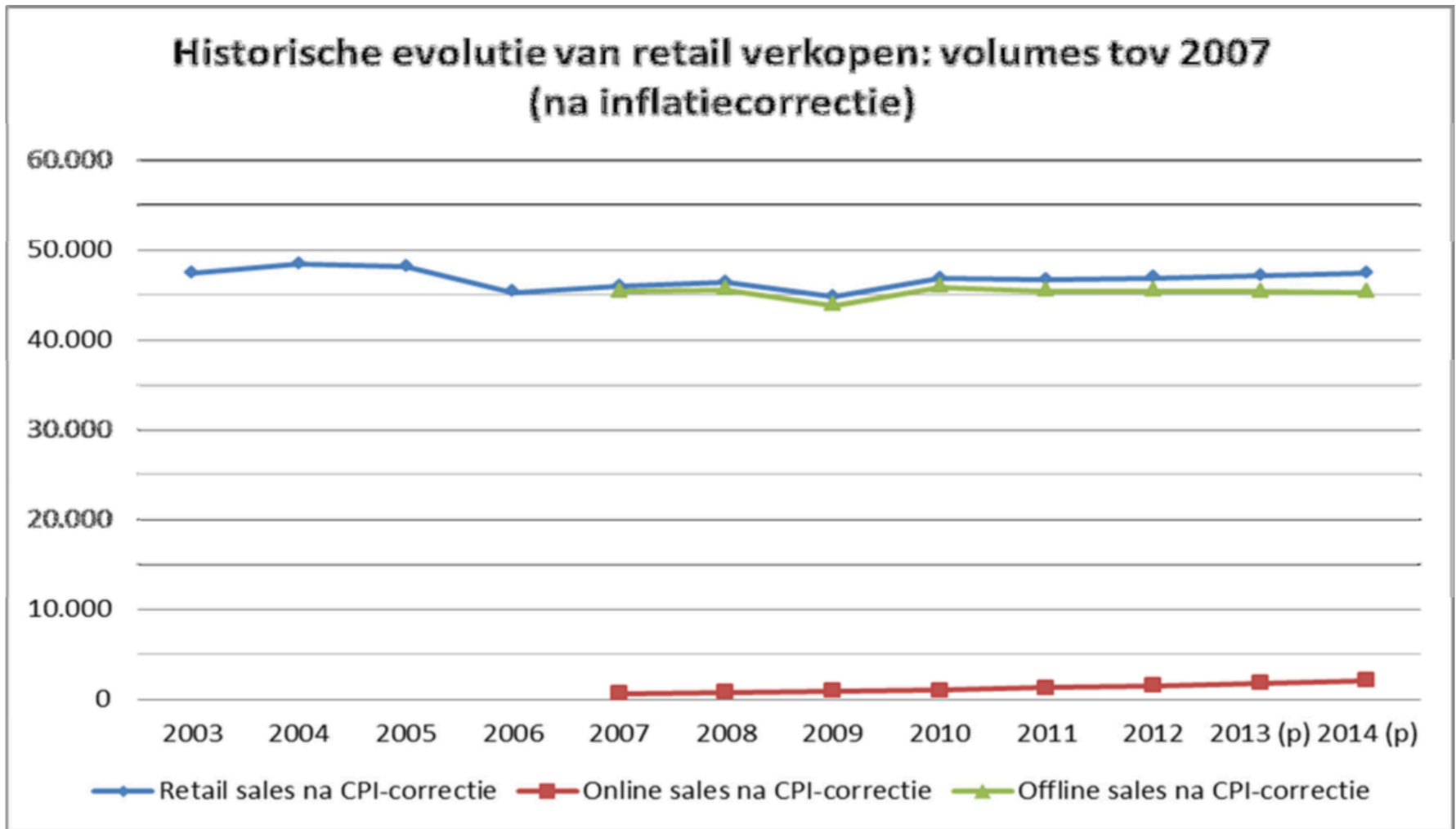
Sterke toename detailhandelsvastgoed



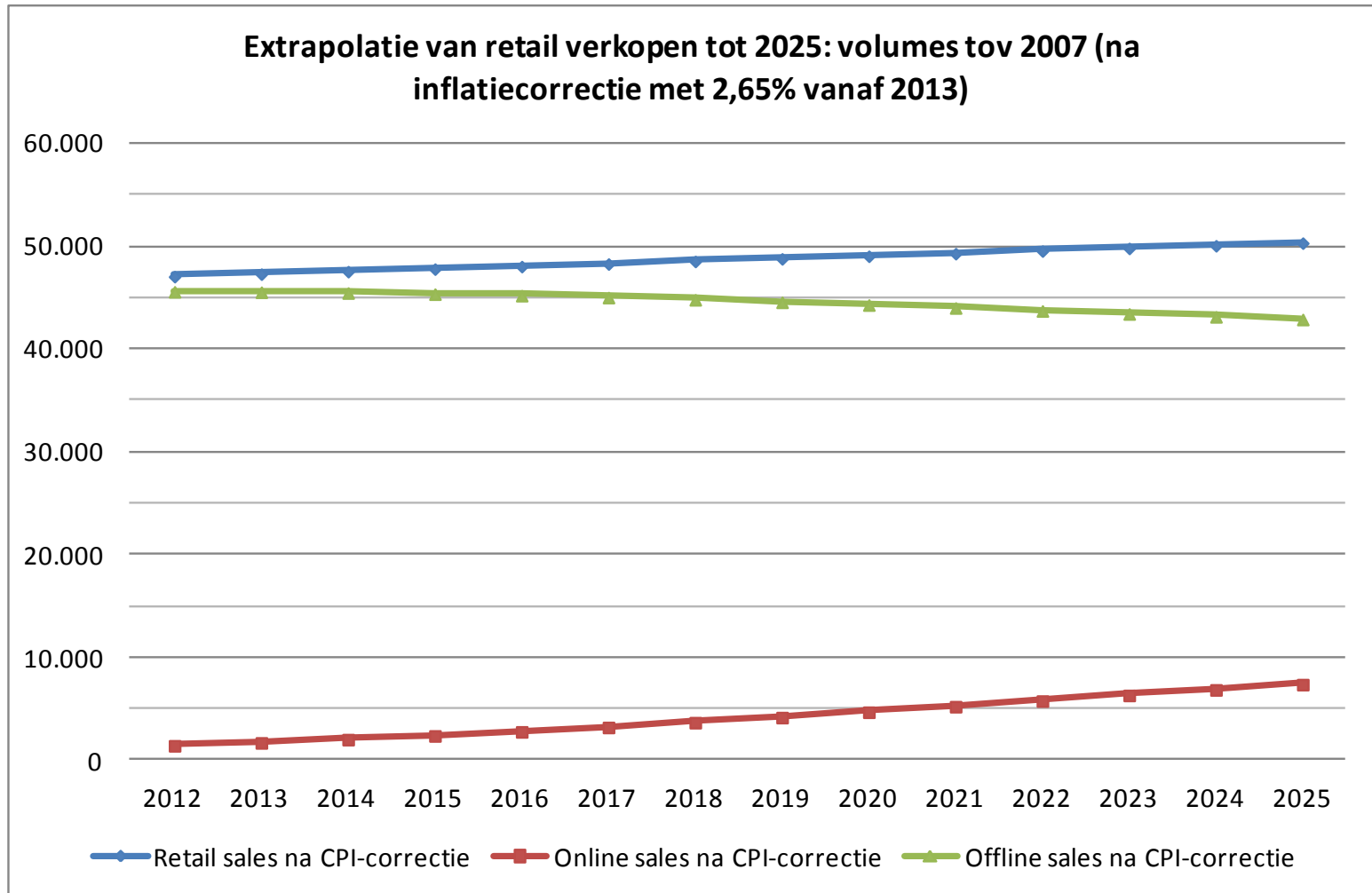
Toename detailhandelsvastgoed in m²



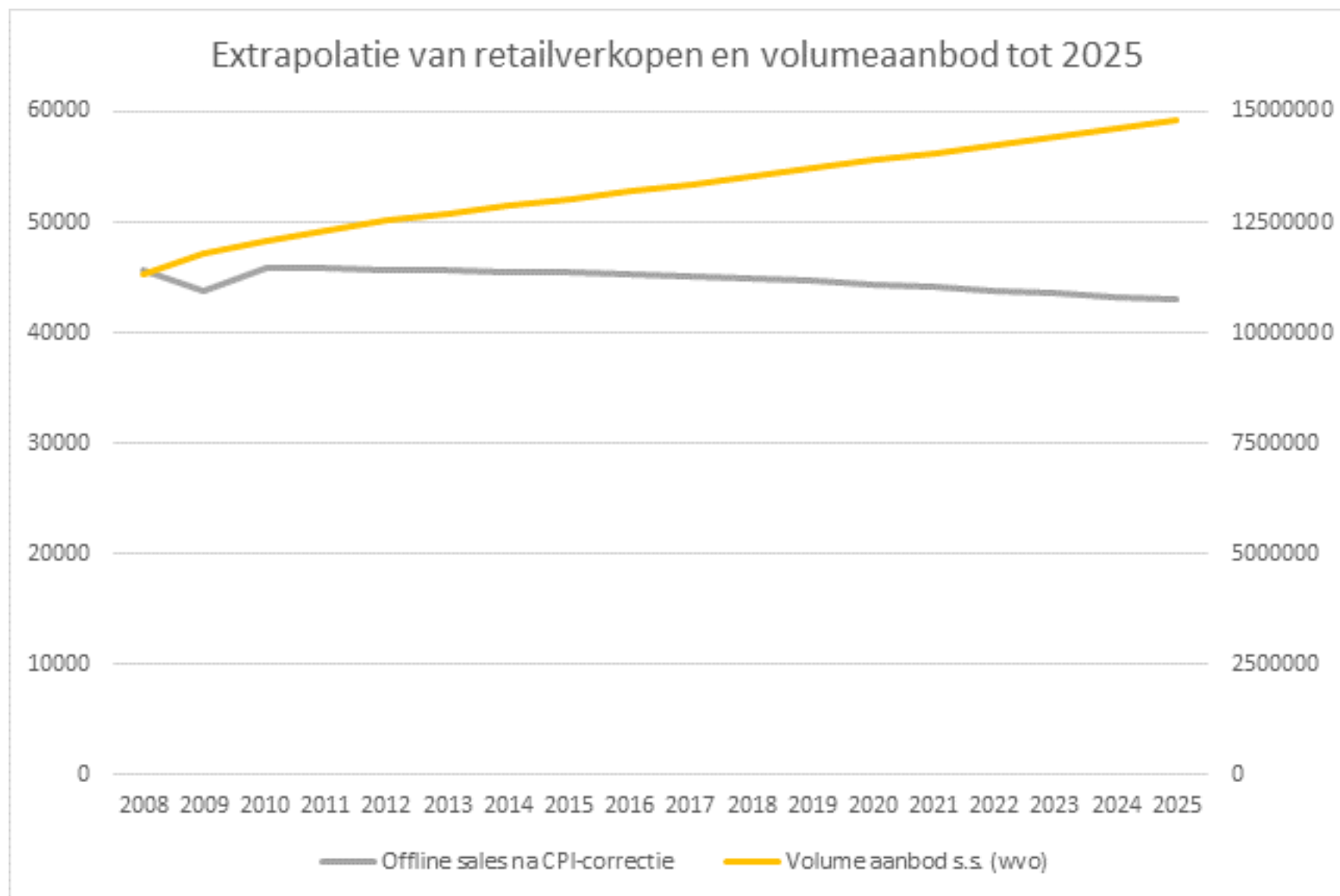
Effect: teruglopende bestedingen in fysieke winkels...



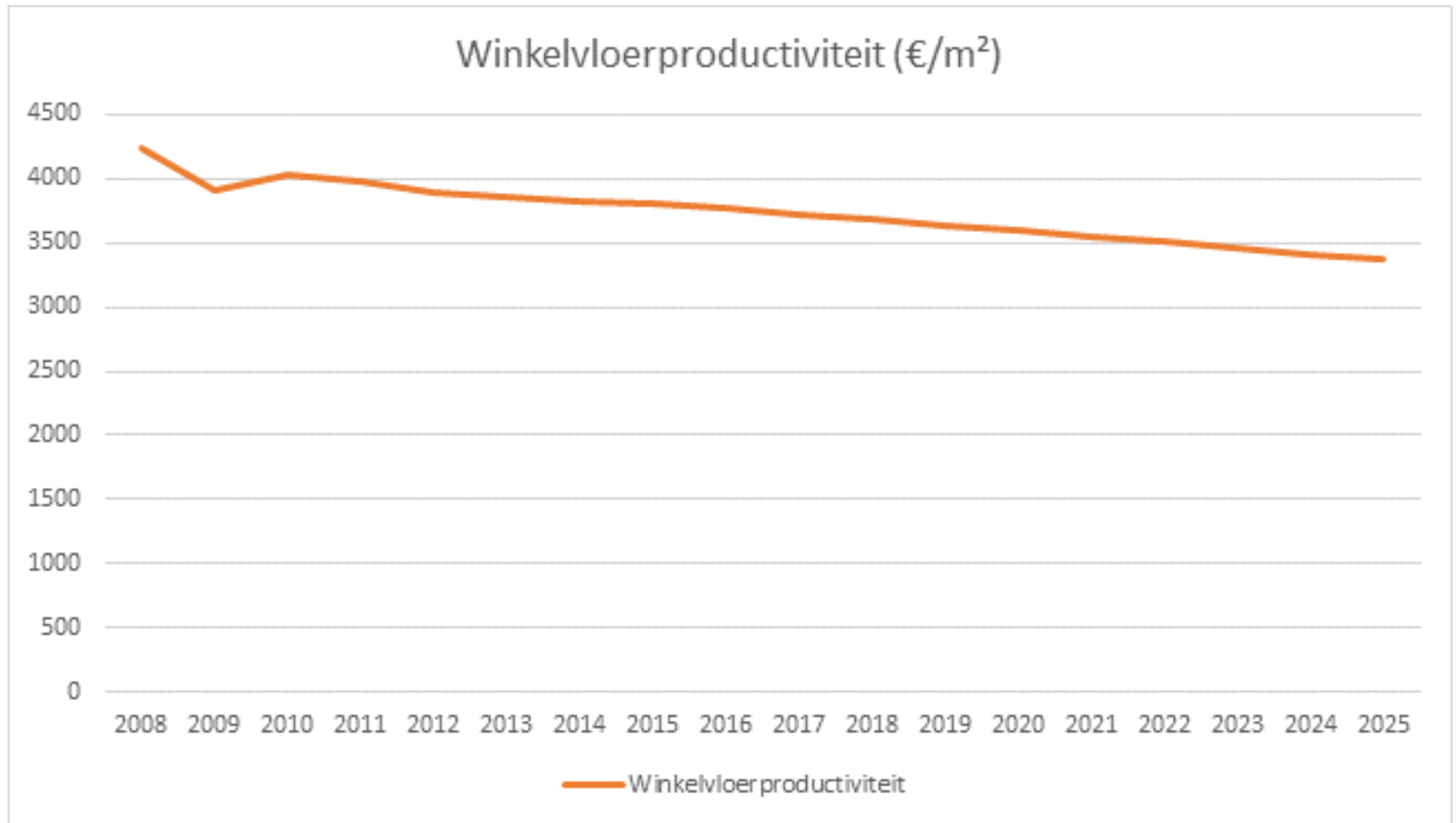
Effect: teruglopende bestedingen in fysieke winkels...



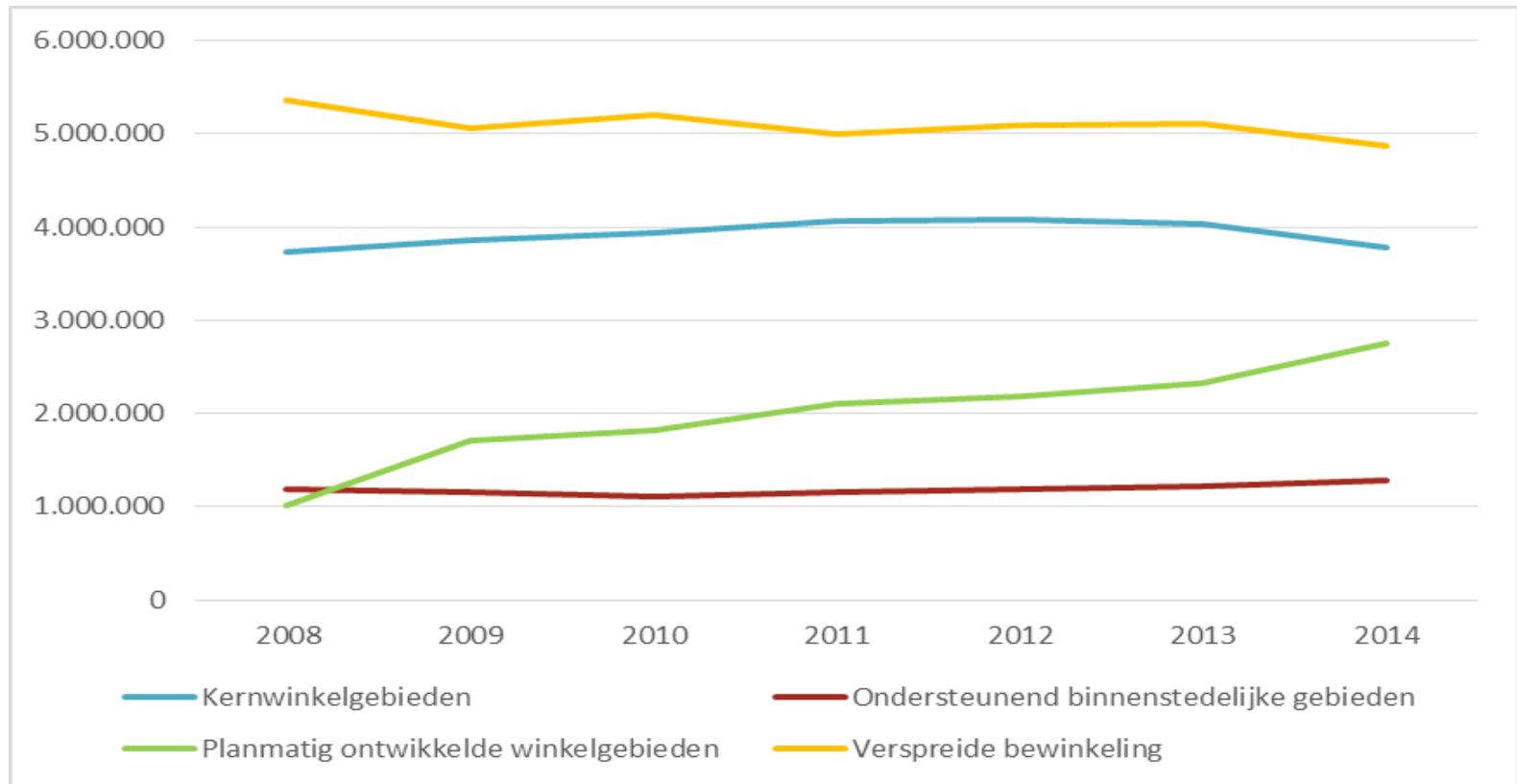
Dalende omzetten versus stijgend aanbod...



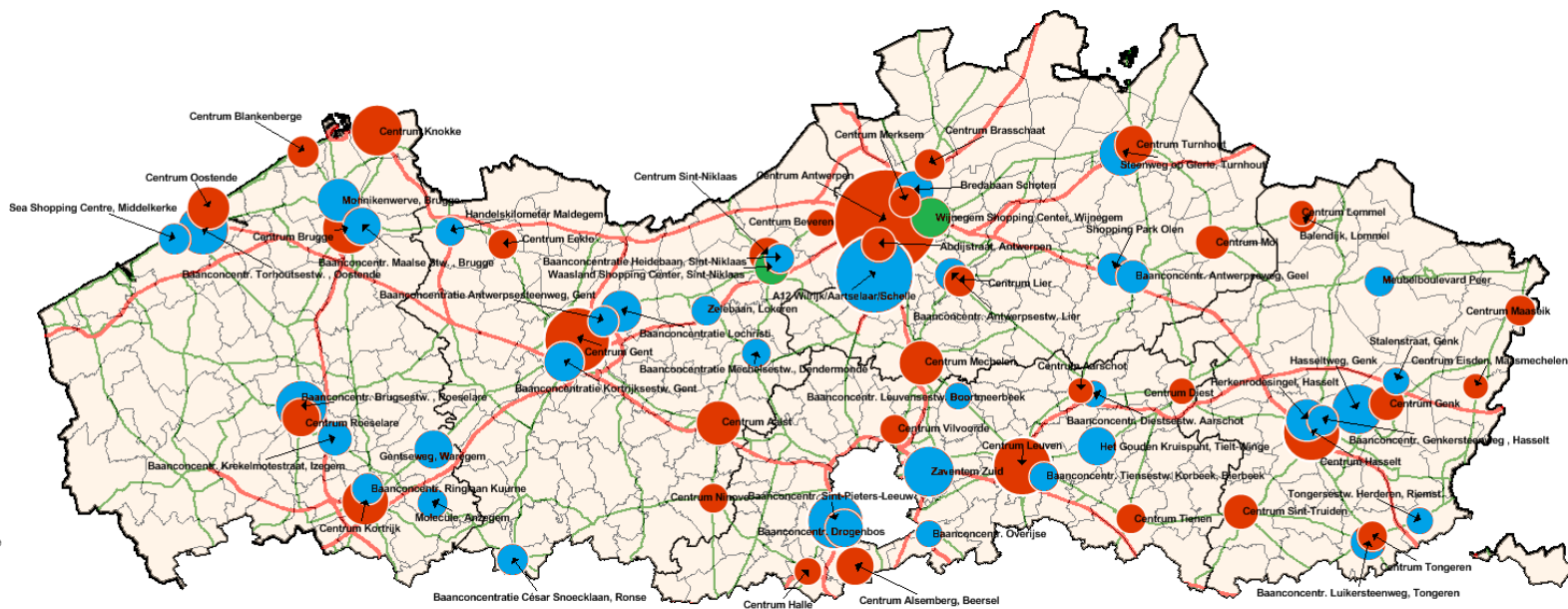
..... betekent dalende vloerproductiviteit



Evolutie aanbod winkeloppervlak per gebiedstype



Type winkelgebied	Aantal winkels
Kernwinkelgebied	220.000
RetailPark/Baanconcentratie	110.000
Perifeer Shopping Center	75.000
Kernwinkelgebied	40.000
Kernwinkelgebied	22.000



Aanbodclusters in Vlaanderen



Rangorde winkelgebieden Vlaanderen naar totaalvolume	Niet- leegstaand aanbod in m2		leegstand in %	oppervlakte WVO leeg + niet-leeg
	WVO	aantal winkels		
Centrum Antwerpen	222.673	3.017	14,4%	260.132
A12 A'pen + Aartselaar	106.105	127	2,9%	109.323
Centrum Gent	92.693	1.493	6,1%	98.715
Centrum Leuven	75.416	1.089	7,2%	81.267
Centrum Hasselt	75.087	876	11,3%	84.653
Baanconcentratie Sint-Pieters-Leeuw	70.740	176	2,5%	72.554
Baanconcentratie Brugsesteenweg Roeselare	63.475	110	1,1%	64.181
Baanconcentratie Torhoutsesteenweg				
Oostende	59.763	96	2,0%	60.983
Centrum Knokke	59.711	937	8,3%	65.116
Hasseltweg Genk	59.499	102	5,1%	62.696
Centrum Brugge	58.577	1.024	9,7%	64.869
Centrum Kortrijk	54.541	917	18,0%	66.513
Centrum Aalst	52.195	721	11,7%	59.111



Oorzaken toename perifeer aanbod:

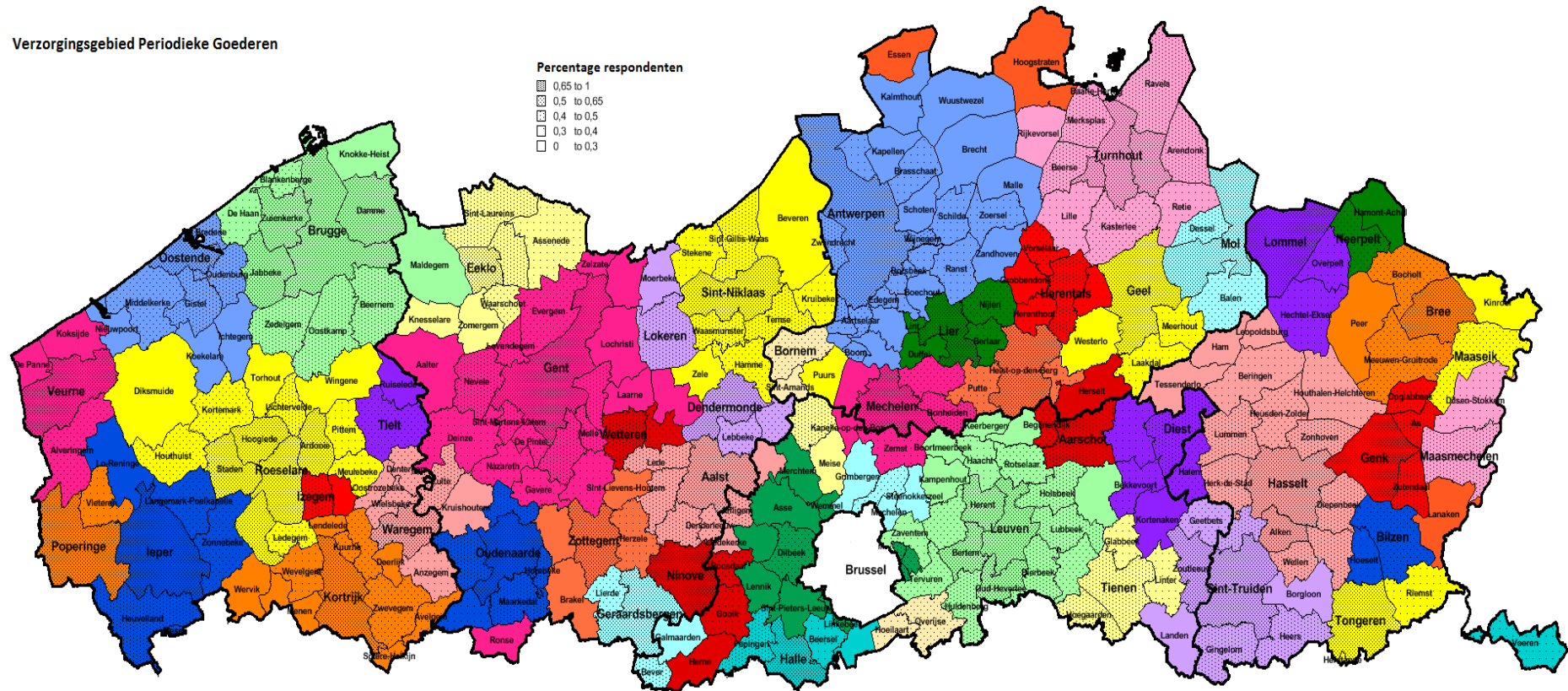
- vraag vanuit retailers
- retail opbrengstpotentie voor eigenaren van verouderd vastgoed en te saneren terreinen
- relatief zeer rendabel voor projectontwikkelaars en beleggers



Effecten grootschalige perifere detailhandel

- Consumenten: op korte termijn veel extra aanbod en meer beleving
- Kan ruimtelijke impulsen geven aan gebieden
- Kan financiële motor zijn voor herontwikkelingen
- Genereert extra mobiliteit
- Versnelt proces van afname aanbod in kleine en middelgrote gemeenten

Percentage respondentent



Verzorgingsgebieden voor recreatief winkelen in het Vlaams Gewest



Verzorgingsgebied Periodieke Goederen

Percentage respondenten

