

EEN BLIK ACHTER DE **LUXE-ETALAGES** VAN HET ZOUTE

Knokse koopkracht verleidt investeerders

Het luxe-imago lokt shoppers, retailers en vastgoedbeleggers naar de Knokse winkelstraten. Maar als koopkracht de grote troef is van Knokke-Heist, dan is het beperkte verzorgingsgebied zijn achilleshiel. *Laurenz Verledens, fotografie Debby Termonia*

Knokke is als winkelstad een fenomeen in het Belgische retaillandschap. De kustgemeente met 33.452 inwoners treft veel grotere gemeenten en steden af in het aantrekken van winkeliers en bekende ketens. En als het over luxeretail gaat, wordt Knokke in één adem genoemd met onze grootste winkelsteden, Antwerpen en Brussel.

Al zullen retailers én shoppers het meestal over *Het Zoute* hebben. Een terechte precisering, want de meeste winkels zijn geconcentreerd in dat meest oostelijke en duurste deel van de mondaine badplaats. “De winkelactiviteit speelt zich in hoofdzaak op twee assen af”, duidt Arnaud de Bergeyck, partner bij de vastgoedadviseur

Schuttershofstraat in Antwerpen en de Louizalaan en de Waterloolaan in Brussel.” De Dumortierstraat maakt fysiek en met zijn gevarieerde aanbod de link tussen de twee Knokse topstraten.

Dat gebied telt volgens Cushman & Wakefield ongeveer 800 winkelpanden, waarmee het in de rangschikking van belangrijkste winkelclusters hoger prijkt dan Hasselt, Kortrijk, Mechelen en Oostende. Het merendeel van de winkels ligt in de populaire Lippenslaan. De grote luxe-enseignes, genre Delvaux, Louis Vuitton en Gucci, zitten op een hoopje in de Kustlaan, de eerste parallelstraat achter de zeedijk, die Het Zoute doorkruist vanaf de Lippenslaan tot aan de Bronlaan richting Het Zwin. “Vooral het gedeelte tussen het Albert-

krijgt Het Zoute buitenproportionele aandacht van de luxeretailers. “Na Antwerpen en Brussel is Knokke klassiek de derde locatie in ons land waar de internationale luxemerken naar kijken”, vervolgt De Bergeyck. “En voor zover ik weet, zijn de meeste er best tevreden over hun omzetcijfers en rendabiliteit. Daarnaast rekenen ze ook op een indirect effect: cliënteel dat komt kijken in Knokke en dat dan later in de vertrouwde winkel in Antwerpen of Brussel tot de aankoop overgaat.”

Local heroes en privébeleggers

Niet alleen retailers en shoppers hebben het naar hun zin in de winkelstraten van Het Zoute. In de Excel-sheets van tal van vastgoedbeleggers zijn enkele rijen en kolommen toegewezen aan de Kustlaan en de Lippenslaan. “Nog meer dan in andere winkelsteden, maken daar vooral privé-investeerders het mooie weer”, zegt De Bergeyck. “In de grote winkelsteden zoals Antwerpen, Brussel, Brugge, Gent en Luik kom je ook nog grote en/of institutionele spelers tegen zoals Vastned Retail Belgium, Quares of AG Real Estate. In Knokke zijn die bij mijn weten niet actief.”

Bij de privé-investeerders maakt De Bergeyck het onderscheid tussen de professionele vastgoedbeleggers en de ➤

“Na Antwerpen en Brussel is Knokke klassiek de derde locatie in ons land waar de internationale luxemerken naar kijken” - Arnaud de Bergeyck, Cushman & Wakefield

Cushman & Wakefield. “De retailers die mikken op de massamarkt, genre H&M, Het Kruidvat, Paris XL enzovoort, vind je op de Lippenslaan. Het aanbod lijkt er erg op dat van de Meir in Antwerpen en de Brusselse Nieuwstraat. De Kustlaan is de luxestraat, te vergelijken met de

plein en de minigolf is geliefd bij de top-luxemerken”, weet Arnaud de Bergeyck. “Dat is vanzelf zo gekomen. Luxemerken vestigen zich bij voorkeur bij hun directe concurrenten.”

Door de grote koopkracht van het residerende en toeristische cliënteel,



KNOKKE
Dankzij het luxesegment lukt Knokke extra cliënteel.





Wouter Torfs
CEO Schoenen Torfs

INSPIRING PEOPLE



Ruimte voor inspiratie. **Renault ESPACE.**

“Mijn hart sloeg met 200 slagen per minuut, die keer dat ik voor de eerste maal verkozen werd tot ‘Beste werkgever van België’”, zegt Wouter Torfs. Enkele uitverkozen lezers luisteren naar zijn inspirerend verhaal in de reeks ‘Inspiring People’, een initiatief van Trends en Renault Espace.

Wat drijft u om de lat steeds hoger te willen leggen?

Torfs: “Wat mij voortstuwt? De ambitie om van Schoenen Torfs een fijne werkplek te maken. Ik ben er echt van overtuigd dat als je investeert in een kwalitatieve werkplek, dat de beste garantie is op een duurzaam economisch resultaat.

Gelukkige medewerkers stralen dat op alle mogelijke manieren uit en dat zorgt voor gelukkige klanten en uiteindelijk voor een gelukkig bedrijf. Die houding werpt ook in de resultaten haar vruchten af. Dat bewijzen wij ook: ons bedrijf is de afgelopen vijf jaar in omzet verdubbeld.”

Wat zou u een jongere aanraden die hetzelfde beroep als u wil uitoefenen?

Torfs: “Ik denk niet dat een jongere zijn loopbaan begint als CEO in een bedrijf, maar ik zou hem of haar ook aanraden om net als ik zijn of haar passie te volgen. Je moet doen wat je echt graag doet.”

Op welk moment in uw carrière bent u het meest trots?

Torfs: “Toen we in 2007 werden verkozen tot de beste werkgever van België. Het

was een persoonlijke overwinning én de overwinning van het hele team. Ik herinner het mij nog heel goed. We waren met een tiental collega's in de zaal en toen onze naam werd genoemd, sloeg mijn hart 200 slagen per minuut. Het was een onvergetelijk moment. Ik steek het niet onder stoelen of banken dat ik toen bijzonder trots was op wat wij met ons familiebedrijf hadden bereikt. Die eerste maal uit 2007 was duidelijk geen toevalstreffer. Zesmaal is het bedrijf intussen verkozen tot beste werkgever van het land.”

Meer boeiende verhalen en video's over deze inspirerende persoonlijkheden vindt u op www.knack.be/inspiringpeople.



Kevin Spacey,
ambassadeur Renault ESPACE

Ontdek zijn antwoorden op
www.renault.be/inspiringpeople

Op 1 september ontmoette **Wouter Torfs** acht Trendslezers in het sterrenrestaurant **l'Air du temps**. Een impressie.



➤ zogenaamde *local heroes*. De eerste categorie zijn privébeleggers die hun beleggingsactiviteit hebben uitgebouwd en georganiseerd in een professionele structuur. Tot die groep behoren onder meer Athelean (Frank Van Leemput), Rocco Marotta (verschillende vennootschappen), Alkimo (Jules Hayen), Bermasso (Xavier Painblanc) en het Nederlandse Prowinko (Max Vorst en Philip van Perlstein). Maar van die *usual suspects* komen we alleen nog Bermasso tegen in het Knokse straatbeeld. De andere zijn er nooit actief geweest of verkochten er hun activa (bijvoorbeeld Athelean, zie kader 'Winkelvastgoed is bijkomstig in Knokke'). De familie Herpain is via haar Herpain Urbis Retail-fonds wel prominent aanwezig in Knokke. Het fonds houdt twee panden aan in de Lippenslaan en telkens een op de Kustlaan en op het Albertplein. Ook de Brusselse zakenman Ramy Baron heeft een winkelstek op de Kustlaan (verhuurd aan Essentiel).

De *local heroes* spitsen zich toe op hun 'thuismarkt'. "In Knokke is dat een grote groep, waardoor de markt er erg versnipperd is", duidt De Bergeyck. Vaak zijn ze er eerst zelf winkelier geweest. Als ze geen opvolging hebben, stoppen ze met hun zaak en verhuren ze hun pand aan een bekende keten. Dat is soms de start van een mooie portefeuille. Dat soort spelers zie je ook al enkele jaren in Knokke. Het aantal zelfstandige winkeliers dat nog eigenaar is van zijn handelspand, kun je stilaan op de vingers van een hand tellen."

Knokke-Heist kent nog een derde categorie beleggers in winkelvastgoed: projectontwikkelaars en vastgoedmakers. De investering in het winkelvastgoed is in hun geval een nevenactiviteit van de residentiële ontwikkelingen. Ze verkopen de appartementen en houden het winkelpand op het gelijkvloers aan als belegging. Onder meer de families Vynckier (Imbo-Vy) en De Bisscop zouden op die manier eigenaar zijn van enkele winkels.

Wat brengt een pand in de Knokse topstraten in het laatste? "Voor een standaardpand van 150 vierkante meter met zes meter front in de Lippenslaan ligt de jaarlijkse huurwaarde rond 90.000 euro", stelt Arnaud de Bergeyck. "Op de Kustlaan mag je voor een gelijkaardig pand op ongeveer 150.000 euro rekenen." Het nettoaanvangsrendement van een winkelpand op de Knokse toplocaties situeert zich volgens De Bergeyck rond 3,5 procent, wat in lijn ligt met de rendementen in de topwinkelstraten van de grote steden. "De aantrekkelijkheid van het luxesegment en de grote koopkracht compenseren het nadeel van een relatief beperkt verzorgingsgebied", verklaart De Bergeyck.

Leegstand

Tijdens de zomermaanden en de vakantieperiodes wordt die handicap van een krappe thuismarkt ruimschoots gecompenseerd door de massale instroom van kapitaalcrachtige tweedeverblijvers en dito toeristen. Maar wie Knokke al eens heeft bezocht op een doordeweekse winterdag, weet dat het er soms akelig kalm kan zijn. Arnaud de Bergeyck: "Die dode periodes opvullen is dé uitdaging voor de winkeliers. Een badstad als Cannes heeft dat goed begrepen. Met zijn Palais des Festivals slaagt het erin bijna het hele jaar door een publiek aan te trekken. Het gemeente-





'WINKELVASTGOED IS BIJKOMSTIG IN KNOKKE'

Athelean deed onlangs zijn vier panden aan de Lippenslaan in Knokke van de hand. De privébelegger/ontwikkelaar investeert in winkelpanden in de belangrijkste winkelsteden van het land, maar Knokke is daar dus niet meer bij. "We konden er nauwelijks meerwaarde bieden", verklaart CEO Frank Van Leemput. "Wij beleggen niet louter in panden, we willen ze ook opwaarderen. Aan een betonnen doos op de Lippenslaan valt weinig

op te waarderen. Knokke is ook een van de weinige markten waar residentiële vastgoed meer waard is dan winkelvastgoed. De ontwikkelaars daar spitzen zich dus vooral toe op het residentiële, het winkelgedeelte is voor hen bijkomstig. Het is bovendien geen sinecure te onderhandelen met de mede-eigenaars van een appartementenblok om iets te mogen veranderen of uit te breiden." Toch sluit Van Leemput een terugkeer naar

Knokke niet uit. "Maar dan trekken we wel naar de Kustlaan", zegt hij. "Het luxesegment daar sluit goed aan bij onze activiteiten in Antwerpen en Brussel. En het onderscheid Knokke ook van Nieuwpoort en Oostende. Voor winkels in het middensegment kun je evengoed beleggen in de Kapelstraat in Oostende. Of misschien zelfs beter, want Oostende heeft als stad een veel ruimer publiek van vaste bewoners."

➤ bestuur van Knokke werkt daar ook aan. Maar misschien moet het de evenementen nog wat verbreden en meer spreiden over het hele jaar."

Overigens bleef de Knokse winkelmarkt de voorbije jaren niet gespaard van sluitingen en een toenemend aantal leegstaande panden. Maar volgens Arnaud de Bergeyck is de leegstand in de Knokse winkelstraten niet alarmierend. "Knokke doet het niet beter of slechter dan de winkelgebieden in de grote steden. Maar het presteert wel beter dan de kleine steden en gemeenten. De echte leegstandsproblematiek zie je in de eerste plaats in die kleinere winkelsteden."

In Knokke verloopt de invulling van de winkelpanden vooral moeizamer in het tweede gedeelte van de Lippenslaan, voorbij het gemeentehuis in de richting van het station. Zeker in periodes van laagconjunctuur. Echt verwonderlijk is dat niet. De Lippenslaan is ruim een kilometer lang. "Dat is langer dan de Brusselse Nieuwstraat", vergelijkt De Bergeyck. "En Knokke is Brussel niet." In dat mass-marketsegment speelt de beperkte schaal van Knokke en zijn relatief kleine inwonersaantal de winkelmarkt dus wel parten. Al is er beterschap in zicht. "De residentiële ontwikkelingen rond het station zullen ongetwijfeld een positief effect hebben op



het zuidelijke deel van de Lippenslaan", voorspelt De Bergeyck. Op middellange termijn, tien à vijftien jaar, verwacht hij dat de panden daar in waarde stijgen. "Ook in het iets mindere deel van de Kustlaan, tussen het Driehoeksplein en de Dumortierlaan, is er nog groeipotentieel", voegt hij eraan toe.

Weinig concurrentie

Moet Knokke als winkelstad de concurrentie van andere badsteden vrezen? In Nieuwpoort heeft het winkelaanbod de voorbije jaren – gelijktijdig met de residentiële ontwikkelingen – een forse boost gekregen. En ook Oostende heeft als echte stad aan zee een uitgebreid en divers winkelaanbod. Maar beide kustplaatsen spelen toch in een andere divisie, meent Arnaud de Bergeyck.

"Knokke is wel een concurrent voor Oostende en Nieuwpoort, maar in omgekeerde richting speelt het veel minder. Omdat Knokke ook nog het luxesegment heeft en dus een bijkomend cliënteel kan aantrekken."

Het nabijgelegen Brugge kan volgens De Bergeyck meer gewicht in de schaal leggen. "Brugge is nog altijd de belangrijkste winkelmarkt van West-Vlaanderen. Bovendien heeft de stad ook een heel interessant cultureel aanbod. Maar ook Brugge zie ik niet meteen als een bedreiging voor Knokke. De twee markten vullen elkaar veeleer aan. Een dagje Brugge is een leuke uitstap voor wie in Knokke verblijft. En de Bruggelingen moeten voor hun luxe aankopen niet naar Antwerpen of Brussel, want in Knokke vinden ze dezelfde merken." ©