

ECONOMIE

Baanwinkels blijven de bloedzuigers van onze steden

De leegstand regeert het land

Leegstand. Onze steden voor die woekerende kanker behoeden: in theorie is het een prioriteit voor alle overheden in ons land. In de praktijk blijven de 'baanwinkels' en shoppingcentra buiten de steden terrein winnen. 'De moderne consument is verwend, lui en uitstekend geïnformeerd. Dat is de doodsteek voor de handelskernen.'

Boom.



Tekst **JEROEN DE PRETER**, foto's **JELLE VERMEERSCH**

Nee, een vibrerende metropool is Boom nooit geweest. Maar toch. Ooit, tot pakweg twintig jaar geleden, was het aan de oever van de Rupel best aangenaam toeven. Boom had bij het begin van deze eeuw nog mooie platenwinkels, een ruime keuze aan boetieks, volkse maar ook goedburgerlijke horeca en – dé trekpleister van de Grote Markt – de cinema Multiskoop.

Multiskoop sloot tien jaar geleden de deuren, de ene na de andere handelszaak zou dat voorbeeld volgen. Het resultaat is niet mooi om te zien. Vandaag is Boom met 20 procent leegstand de recordhouder in Vlaanderen, en zelfs dat cijfer is in zekere zin gevluid. Nog dramatischer zijn de cijfers in de handelskern van de gemeente, waar meer dan een derde van



**A12
SHOPPING**
*Het retailpark
maakt handel
drijven in het
centrum van
Boom bijna
onmogelijk.*

de handelspanden staat te verkomen. Daar floreren alleen de apothekers nog.

Wat maakt Boom vandaag zo ziek? Naar een oorzaak is het niet lang speuren.

Boom wordt in tweeën gesneden door de A12, de drukke verbindingsweg tussen Antwerpen en Brussel die wel een parodie lijkt op de ruimtelijke ordening in Vlaanderen. Rijdend of – vaker nog – stilstaand op die weg eisen de meest diverse consumptieparadijzen om ter schreeuwerigst je aandacht op. Zo ook A12 Shopping, een onherbergzaam retailpark met onder meer vestigingen van Decathlon, H&M en Action. Het ligt nauwe-

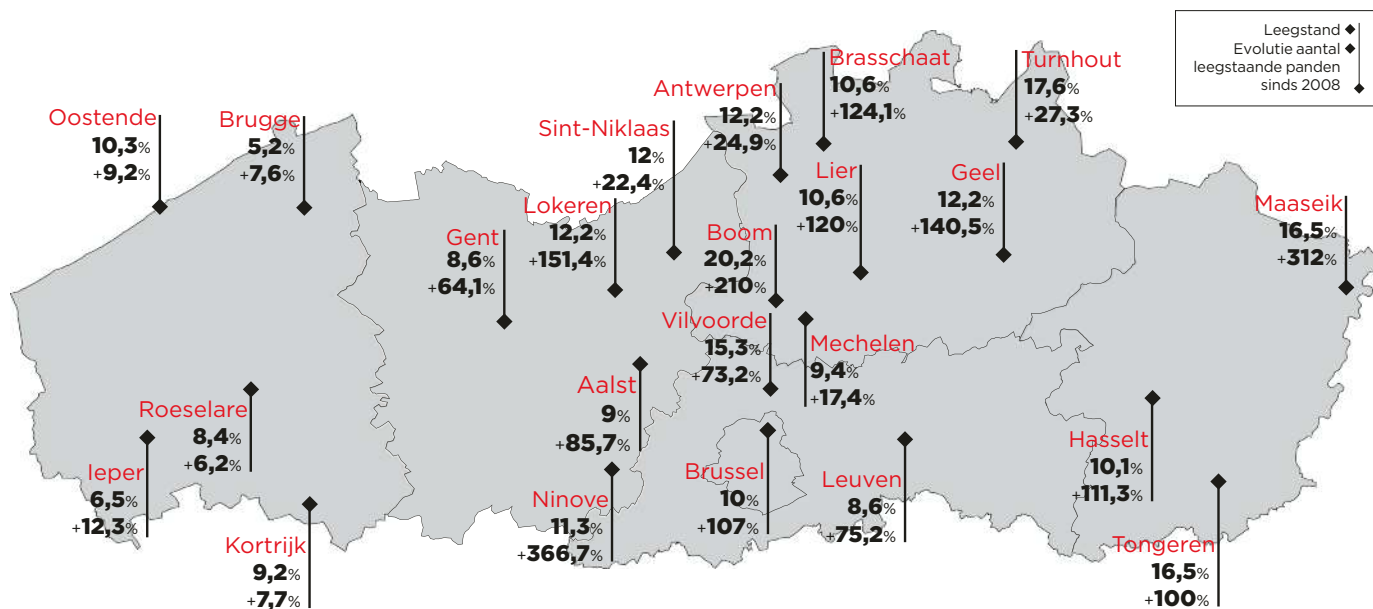
lijks een drietal kilometer van de Boomse handelskern verwijderd. Dat A12 Shopping die handelskern beschadigt, lijkt geen twijfel.

‘Voor een kleine middenstander is het hier bijna onmogelijk om nog rendabel te zijn’, vertelt Dany Bosteels, Open VLD-schepen van Ruimtelijke Ordening. ‘Middenstanders die gebleven zijn, zoals de wat chiquere kledingzaak Van den Bril, teren vaak op oud kapitaal. Dat ze hun zaak niet verkopen, zegt iets over hun trouw aan en hun engagement met de gemeente die hun ooit weelde bracht.’

Bosteels zegt dat de Boomse handelskern onder e-commerce te lijden heeft. En dat vorige bestu-

ren de mobiliteit in de gemeente hebben bemoeilijkt. Maar hij weet ook dat het grootste kwaad al eerder was geschied. De voorbije decennia is de A12 geëvolueerd van een verbindingsweg naar een soort drive-inshoppingcenter. Bosteels noemt de huidige kakofonie een product van een ‘oude mentaliteit’, een tijdgeest waarin alleen aan Koning Auto werd gedacht.

Is die mentaliteit vandaag wel verdwenen? Ja, de Vlaamse overheid vaardigde de voorbije jaren decreten uit om de lokale handelskernen te versterken. Maar ze vergunt daarom niet minder zogenoemde ‘baanwinkels’, shoppingcenters en retailparken buiten ➤



De cijfers van Detailhandel Vlaanderen spreken voor zich: de voorbije jaren is de leegstand in zo goed als alle Vlaamse steden en gemeenten toegenomen. Met 20 procent leegstand is Boom de recordhouder.

die handelskernen. Zo ook langs de A12. Naast A12 Shopping wordt vandaag een bowlingcentrum gesloopt. In de plaats moet The BLVD komen, een – u raadt het nooit – gloednieuw shoppingcenter.

Dany Bosteels noemt het waanzin. 'Ik geloof ook niet dat dit model kan blijven werken. In afwachting proberen we er hier het beste van te maken.' Zo wil de gemeente elke week vijftig tickets voor het lokale maar wereldberoemde festival Tomorrowland verspreiden via de middenstand, en dat vijf maanden lang. 'We moeten onze weinige troeven maximaal uitspelen.'

De inzinking van de rand

De Bomenaars zijn niet de enigen die hun handelskern in ijltempo zien verschromelen. Cijfers van Detailhandel Vlaanderen leren dat zo goed als alle Vlaamse steden en gemeenten de leegstand spectaculair hebben zien toenemen. Het zijn dramatische cijfers, maar ze vertellen niet het hele verhaal.

Neem Antwerpen, dat zichzelf graag als dé winkelstad van Vlaanderen promoot maar een leegstand van meer dan 12 procent heeft. Is dat geen ernstig probleem? Anneleen Desmyter, ceo van vastgoedvennootschap Qrf City Retail,

nuanceert. 'In de centrale winkelstraten van Antwerpen, Gent of Brussel is er nauwelijks leegstand – klassiekers als de Meir of de Nieuwstraat blijven gegeerd, ondanks de groei van e-commerce. De centra van die grote steden hebben ook niet of nauwelijks te lijden onder de concurrentie van shoppingcenters of grote retailparken buiten de stad. Dat heeft alles te maken met *beleving*: winkelen in Antwerpen of Gent is voor veel mensen een daguittap. Zeker Antwerpen is erin geslaagd om op die behoefte in te spelen. Het is dé modestad, met behalve unieke winkels ook een scala aan horecazaken, van authentiek tot hip. Die ervaring zal een shoppingcenter nooit kunnen bieden.'

Dat Antwerpen niettemin zulke hoge leegstand kent, heeft veel – zo niet alles – te maken met wat zich in de rand afspeelt. Desmyter: 'Voor de ooit florissante winkelstraten in randgemeentes als Deurne of Merksem zijn de retailparken of Wijnegem Shopping Center wél concurrenten. In die straten staan veel panden leeg. Stilaan verschuift ook hun identiteit: handelspanden worden er getransformeerd tot kantoorruimtes of woningen. En die tendens zal zich doorzetten. Veel winkelstraten in de rand zitten tussen twee stoelen: je kunt er niet zo

efficiënt winkelen als in een retailpark buiten de stad, en ze bieden niet de beleving die je in het centrum vindt.'

Het hoofd van de consument

Krimpen of, in sommige gevallen, langzaam doodbloeden. Volgens John Collin, directeur bij vastgoedadviseur CBRE, zal dat ook het droeve lot zijn van veel kleinere Vlaamse centrumsteden. Collin volgt de evoluties in de retailmarkt al meer dan dertig jaar. Hij zag winkelsteden als Lier, Sint-Niklaas of Turnhout langzaam maar zeker uit de gunst van de ketenwinkels raken. Zal het tij ooit nog keren? Dat betwijfelt hij sterk. 'In mijn vak is de voorbije twintig jaar zowat alles veranderd. En zowat alle evoluties waren in het nadeel van de middelgrote en kleinere centrumsteden.'

Een eerste belangrijke evolutie was volgens Collin een typisch Belgische: de wildgroei van baanwinkels langs rijkswegen. 'Denk aan de A12, maar ook aan de steenweg tussen Leuven en Mechelen of die tussen Gent en Deinze. Langs die wegen is er de voorbije twintig jaar maar wat op los gebouwd, zonder ook maar het begin van een overkoepelende visie. In Nederland hadden ze die visie bijvoorbeeld wel. Daar staat de overheid mode-

winkels alleen toe in steden of shoppingcenters. De Vlaamse overheid doet nu pogingen om de baanwinkels in grote retailparken te centraliseren. A12 Shopping is zo'n voorbeeld, maar geef toe: een aangename plek is dat niet. Ik moet u ook niet vertellen dat zulke parken de handelskernen van de omliggende gemeenten of kleinere steden leegzuigen.'

A12 Shopping is illustratief voor nog een andere ontwikkeling: de opkomst van de grote ketens. John Collin: 'In de mode, bijvoorbeeld, heb je vandaag drie grote groepen: H&M, Primark en Zara. Drie giganten, die alle segmenten in de markt bedienen en met scherpe marges kunnen werken. Ze maken het de kleinere spelers als MS Mode of Esprit bijzonder moeilijk. En net die kleinere spelers vind je vooral in de centrumsteden. Hetzelfde fenomeen zie je bij de meubelwinkels, waar Ikea de scepter zwaait. Of denk aan de sportartikelen, waar Decathlon de lakens uitdeelt. Niet zo lang geleden had je in elke kleine stad wel een zelfstandige sportwinkel. Vandaag zijn die bijna allemaal verdwenen.'

En dan is er een derde belangrijke evolutie: die in het hoofd van de consument. Collin: 'Cru gezegd: de moderne consument is verwend, lui en uitstekend geïnformeerd. De functionele shopper wil zo snel en goedkoop mogelijk winkelen. De funshopper wil innovatie, nieuwe concepten, ambiance en leuke horecazaken. Dankzij het internet weten mensen ook perfect waar ze hun gading kunnen vinden. Voor een stad als Lier betekent die nieuwe consument de doodsteek. Ik ben er nogal zeker van: een dertiger die vandaag in Lier woont, koopt niet in eigen stad. Voor het functionele rijdt hij naar de baanwinkels, voor de beleving gaat hij naar Antwerpen, de rest bestelt hij online. De winkelketens weten dat ook. Grotere centrumsteden zoals Leuven of Mechelen houden nog stand, maar ze zullen alles uit de kast moeten halen om niet ten onder te gaan.'

‘Een Lierse dertiger koopt niet in eigen stad. Voor het functionele rijdt hij naar de baanwinkels, voor de beleving gaat hij naar Antwerpen, de rest bestelt hij online.’

‘Ook steden zoals Leuven of Mechelen zullen alles uit de kast moeten halen om niet ten onder te gaan.’



Lier.

Leegstandstaks

Welkom in Ninove, een stad met bijna 40.000 inwoners, een groot shoppingcentrum en een piepkleine cinema. Zeker tot 2008 was leegstand er geen noemenswaardig probleem. Tot handeldrijvend Ninove geconfronteerd werd met een *perfect storm*. In zeven jaar tijd groeide het aantal leegstaande panden van 11 naar 98 stuks. 'Een jaar of zes geleden viel het me voor het eerst op', zegt Alain Triest, Open VLD-schepen van Lokale Economie. 'De laatste drie jaar is het snel gegaan.' Om het probleem te lijf te gaan, bestelde Triest vorig jaar een studie bij experts. 'De conclusie kwam hard aan. Samengevat: wijzigen we ons beleid niet, dan hebben we over tien jaar geen handelskern meer.'

Ook de Ninovieters, zo blijkt uit de studie, zijn niet blind voor de voordelen van internetshoppen. De binnenstad mijden ze wegens een tekort aan parkeerplaatsen of de slechte bereikbaarheid. Voor snelle aankopen rijden ze naar baanwinkels, funshoppen doen ze liever in Aalst en Gent, maar ook in Brussel en zelfs Antwerpen. Alain Triest: 'De tijd

dat mensen in Ninove kwamen funshoppen is voorbij. Het heeft ook geen zin dat wij, als kleine stad, een strijd aangaan die we niet kunnen winnen.' Om zijn stad niet te laten verpieteren, heeft de schepen een actieplan opgesteld. Dat bevat onder andere een leegstandstaks, de aanstelling van een centrummanager, en het inmiddels beproefde recept: pop-upstores voor jonge starters. Maar of het zal volstaan?

Cijfers illustreren dat het verhaal van de baanwinkels nog niet afgelopen is. In 2015 nog groeide de oppervlakte van zulke winkels met meer dan 100.000 vierkante meter. Ninove laat zich niet onbetuigd. Terwijl de handelskern zien-derogen leegloopt, plant projectontwikkelaar Mitiska een nieuw retailpark aan de Brakelsesteenweg, op een steenworp van het stadscentrum. Het stadsbestuur is tegen, en waarschuwt voor nog meer leegstand én extra fileleed op de al zwaarbelaste steenweg. Of dat de plannen zal verijdelen, is zeer de vraag. 'De provincie heeft het project vergund', zegt Triest. 'Dat is opmerkelijk, want tegelijkertijd geeft ze ons middelen om

de handelskern te versterken. Van veel visie getuigt dat niet.'

Brussel staat bol

De handelskernen versterken én grote nieuwe retailprojecten vergunnen: het gebeurt niet alleen in Ninove of Boom. Op niet eens dertig kilometer van beide plaatsen ligt Brussel. Onze hoofdstad is pas bevallen van het reusachtige winkelcentrum Docks Brussel en is zwanger van Neo, een nog grootschaliger project, amper drie kilometer westwaarts. En uiteraard is er ook nog Uplace, het geplande geesteskind van ondernemer Bart Verhaeghe, enkele kilometers naar het noorden.

Is er in deze regio wel plaats voor drie nieuwe shoppingparadijzen? 'Onmogelijk', zegt John Collin. 'Ik betwijfel zelfs of er plaats is voor twee. Toen Bart Verhaeghe zijn project tien jaar geleden voorstelde, was ik onder de indruk. Een shoppingcenter dat volop inzette op beleving: toen was dat iets volledig nieuws. Maar het zal nog minstens twee jaar duren voor Uplace er is. Echt vernieuwend zal het niet meer zijn. Intussen heeft Docks Brussel de deuren al geopend: de Waalse ontwikkelaar Equilis is iedereen te snel af geweest. Of Docks een succes zal zijn, is een andere vraag. De architectuur is aantrekkelijk – aan de rand van Schaarbeek – maar de locatie een groot vraagteken.'

Collin voorspelt dat de nieuwe shoppingcenters niet alleen concurrenten voor elkaar zijn. Hij verwacht ook een negatieve invloed op de Brusselse handelskern én de bestaande winkelcentra, zoals Westland en Woluwe Shopping Center. 'Daar zullen slachtoffers vallen. Ook de impact op de omliggende steden en gemeenten mag je niet onderschatten. In Vilvoorde zal er sowieso meer leegstand komen, Uplace of niet. En ook Leuven en Mechelen zullen het voelen. Grote retailers twijfelen nu al of ze zich in een van die twee steden zullen vestigen. Ze willen eerst weten wat er met de shoppingcentra in het noorden van Brussel gaat gebeuren. Een minder chaotische politieke besluitvorming had die situatie kunnen vermijden.'

Kibbelende politici

Supporters van de nieuwe winkelcentra beweren dat hun komst ook goed kan uitpakken voor de nabije handelskernen. Dat beweerde bijvoorbeeld Freddy Wil-

‘Er komt een dag dat we de files en de eenheidsworst moe zijn. Dan zullen we het lokale winkelen herontdekken.’

Ninove.



'BRUSSEL IS DE BESTE LOCATIE VOOR EEN WINKEL'

2016 was een moeilijk jaar voor de detailhandel. Dat blijkt uit de jaarlijkse enquête van vastgoedmakelaar CBRE. 118 belangrijke internationale en Belgische ketenwinkels namen eraan deel.

Center, de 'best presterende shoppinglocatie' volgens 5 procent van de retailers.

CBRE vroeg de winkelketens ook om de verschillende steden en locaties te beoordelen op basis van hun marketing en (shopvriendelijke) beleid. In die ranking wint Antwerpen (48%), met een straatlengte voorsprong op Brussel (15%) en Gent (7%). Een eervolle vermelding is er voor Mechelen, een kleinere stad die geprezen wordt vanwege haar pogingen het centrum zo aangenaam en shopvriendelijk mogelijk te maken, 'zonder aan toegankelijkheid en parkeerruimte in te boeten'.

⇒ Volgens een meerderheid van de ketenwinkels, zo blijkt uit de CBRE-enquête, gaven klanten vorig jaar aanzienlijk minder uit dan in 2015: maar 32 procent van de winkeliers gewaagt van een omzetstijging. Eind 2015 gaf 69 procent nog aan dat hun klanten meer geld hadden uitgegeven dan het jaar voordien. Als belangrijkste oorzaak voor die trendbreuk noemt CBRE de aanslagen in Brussel en het toegenomen aandeel van e-commerce.

Naar jaarlijkse gewoonte vroeg de vastgoedmakelaar ook wat volgens retailers de beste locatie voor een winkel is. Enigszins verrassend prijkt Brussel op de eerste plaats. Ondanks de aanslagen en de controverse rond de voetgangerszone in het centrum van de stad, gaf 23 procent van de retailers aan dat hun Brusselse filiaal in 2016 de mooiste resultaten boekte. De hoofdstad wipt zo over Antwerpen, de nummer 1 van 2015, die dit keer tevreden moet zijn met de tweede plaats. De top 3 wordt vervolledigd door Wijnegem Shopping

lockx, voormalig SP.A-burgemeester van Sint-Niklaas en de geestelijke vader van het aldaar gelegen Waasland Shopping Center. Toen hij in 2006, twee jaar na de opening van het complex, gevraagd werd of hij de handelskern van zijn stad niet om zeep had geholpen, vroeg hij om een beetje geduld. Specialisten hadden hem gezegd dat het winkelcentrum de prijzen in de binnenstad zou doen zakken. Een snelle wederopstanding zou daarvan het gevolg zijn. 'En dat effect zien we nu al', klonk het toen. Elf jaar later blijft Sint-Niklaas wachten op de beloofde renaissance. 'Ik denk niet dat ze er nog zal komen', voorspelt John Collin. 'Voor steden als Sint-Niklaas zie ik maar één oplossing. Ze moeten hun winkelcentrum zo klein en bereikbaar mogelijk maken, en inzetten op kleine, lokale handel. Op de winkelketens moeten ze niet meer rekenen. Die zijn voorgoed vertrokken.'

Anneleen Desmyter is iets optimistischer. Volgens haar zullen de gevolgen van nieuwe Brusselse shoppingcentra voor de omliggende steden en gemeenten al bij al beperkt blijven. 'Een belangrijke groep consumenten houdt niet van de artificiële sfeer van zo'n centrum. Zij zullen altijd de

authenticiteit van een stad blijven verkiezen, of het nu Brussel, Aalst of Leuven is. Maar zeker de kleinere steden moeten op hun tellen passen. Sommige doen dat trouwens al. Kijk naar Mechelen. Bij het begin van deze eeuw was dat een vuile, onaantrekkelijke stad. De lokale politiek heeft het tij daar kunnen keren. Tegelijkertijd is het ook de schuld van kibbelende politici dat het ooit zo florissante Turnhout verloederd is.'

Met dank aan de files

Een kapitale kwestie is in dit verhaal nog onderbelicht gebleven. Wat met de mobiliteit? John Collin zei het al: de moderne consument is lui. Winkelen doet hij bij voorkeur met de auto, en die auto wil hij ook zo dicht mogelijk bij zijn favoriete winkelgebied kunnen parkeren. Collin: 'Dat hij daardoor nog meer druk zet op de mobiliteit, is geen punt. De consument maakt er geen groot probleem van dat hij in de file moet staan. Zolang hij maar op weg is naar een plek waar iets te beleven valt. Zijn steden als Lier of Turnhout niet optimaal bereikbaar, dan mogen ze het vergeten.'

Het laatste woord is voor Dany Bosteels, schepen in de gemeente waar deze Ronde van Vlaanderen begon. Hoop is een schaars goed in

Boom, maar dat ligt niet aan Bosteels. Hij twijfelt er niet aan: binnen afzienbare tijd wordt Boom gered door dezelfde mentaliteit die zijn gemeente de voorbije decennia zoveel pijn heeft gedaan. 'Uitgerekend het mobiliteitsprobleem zal ons redden', denkt hij. 'Er komt een dag dat we de files en de eenheidsworst moe zijn, en de charmes van het lokale winkelen zullen herontdekken.'

Bosteels: 'U had hier moeten zijn tijdens de kerstperiode. Er waren kraampjes, mensen kwamen elkaar tegen op straat en dronken samen een glas, zonder dat ze zich zorgen moesten maken over controles. Ze vonden hier de warmte en de nabijheid waaraan we de komende jaren meer dan ooit behoefte zullen hebben. Maar ik besef het: de weg is nog lang, en wij komen van ver. We moeten niet vertrekken van nul, maar van min honderd.' ●

Ninove.



'Het beleid van de Vlaamse overheid getuigt niet van veel visie.'