

Colliers: Supermarkt belangrijke factor binnen succesvolle winkelcentra

Branchering speelt een belangrijke rol in het succes van winkelcentra, blijkt uit onderzoek van vastgoedadviseur Colliers. Supermarkten hebben als publiekstrekker een cruciale positie, terwijl een groot aandeel mode & luxe vaak gepaard gaat met hogere leegstandscijfers.

Hoe groter het aandeel supermarkten, hoe lager de leegstand binnen winkelcentra. 'Dat komt vooral door combinatiebezoeken,' vertelt Chris Lanting, Director Retail bij Colliers. 'Supermarktentrekken veel bezoekers op regelmatige basis, die ook hun andere aankopen in het centrum doen. Winkeliers vestigen zich graag in een winkelcentrum met een supermarkt, het liefste zo dichtbij mogelijk.'

Horeca heeft een vergelijkbaar effect, maar laat een minder duidelijk effect zien in de analyse. 'Horeca kan alleen bijdragen aan succes wanneer het een aanvulling is op de al aanwezige diverse branchering. Bijvoorbeeld door een bewuste keuze te maken over de verdeling lokale horeca versus ketens, afhaalpunten versus zitgelegenheden en fastfood versus gezonde voeding.'

Mode & luxe geeft een minder positief beeld, blijkt uit het data-onderzoek: hoe groter het aandeel mode & luxe, hoe hoger de leegstand en hoe lager de bezoekersaantallen.

Andere factoren, zoals de bereikbaarheid, staat van onderhoud en parkeergelegenheid, zijn ook bepalend voor het succes van winkelcentra. Het onderzoek geeft handvatten voor een strategische verhuurstrategie.

Stadshagen Zwolle is toonbeeld van succes

Stadshagen Zwolle kwam van de geselecteerde centra als beste uit de bus. Met een aanbod van onder andere 30 procent supermarkten, 16 procent mode & luxe en 5 procent horeca als deel van de vloeroppervlakte, komen bezoekers er graag voor hun boodschappen, kleding of kop koffie. Het resultaat: een leegstand van 1 procent en 55 bezoekers per m2 per maand. Ter vergelijking: voor de onderzochte winkelcentra ligt het gemiddelde op 9 procent leegstand en 28 bezoekers per m2 per maand.

Een onderzocht winkelcentrum in Apeldoorn trekt aanzienlijk minder mensen aan, namelijk 11 per m2 per maand. De leegstand is er 36 procent. De branchering van de verhuurde vierkante meters verschilt er sterk van Stadshagen Zwolle: geen enkele supermarkt, 68 procent mode & luxe en 2 procent horeca.

Het onderzoek

Joshy Ottens, voorheen stagiair en inmiddels werkzaam bij Colliers, schreef haar afstudeeronderzoek op basis van een statistische analyse en interviews met retailexperts. Om de invloed van branchering te bepalen werden er scores toegekend aan winkelcentra op basis van het aantal bezoekers, het leegstandspercentage en de bestedingen per vierkante meter. Meerdere elementen van branchering werden onderzocht, waaronder horeca, mode & luxe en supermarkten.

Bron: vastgoedmarkt.nl