

Groei winkeloppervlak buiten de vertrouwde gebieden

Werk aan de winkel

door: ir. W. van der Toorn Vrijthoff en prof. ir H. de Jonge

Op 12 mei jl. vond er in het World Trade Centrum een symposium plaats waarbij alle partijen die belangen hebben bij winkelvastgoed akte de présence gaven.

De titel van het symposium was 'Werk aan de winkel'. Het onderzoeksrapport dat daar werd gepresenteerd draagt dezelfde titel. Het rapport is de neerslag van een onderzoek waaraan bijna twee jaar is gewerkt door een onderzoeksgroep onder leiding van ir W. van der Toorn Vrijthoff.

Het initiatief tot het grootschalige onderzoek naar de toekomst van de winkelmarkt werd een kleine twee jaar geleden genomen door de TU Delft. De initiatiefnemers maken deel uit van het werkverband Bouwmanagement & vastgoedbeheer onder leiding van prof. ir H. de Jonge, hoogleraar vastgoedbeheer en ontwikkeling.

In dit artikel wordt verslag gedaan van een aantal belangrijke inhoudelijke aspecten van het onderzoek. Daaraan voorafgaand wordt ingegaan op doel en opzet van het onderzoek.

Uitgaande van het gedrag en de bestedingen van de consument en van de toekomstige ontwikkelingen binnen de detailhandel wordt uiteengezet welke consequenties een en ander kan hebben voor de bouwproductie van winkelvastgoed in de periode tot 2015.

Tevens zal nader ingegaan worden op de omvang en opbouw van de huidige planvoorraad.

Achtergrond en doel van het onderzoek

In de detailhandel gaat veel veranderen. De randvoorwaarden vanuit de rijksoverheid die via regelgeving worden gesteld vallen weg. De verruiming van het vestigingsbeleid, bekend geworden onder GDV-(Grootschalige Detailhandel Vestiging) en PDV- (Perifere Detailhandel Vestiging) beleid, brengt het oude vertrouwde evenwicht op de winkelmarkt uit balans. De verruiming van de winkelsluitingstijden plaatst de detailhandel voor nieuwe dilemma's en uitdagingen. Langere openingstijden impliceren hogere bedrijfskosten. De gulden van de consument wordt echter maar één keer uitgegeven.

Het aanbod van producten en diensten in een winkelconcentratie is snel aan het groeien, de omvang van het 'traditionele' productassortiment neemt toe. Bovendien herbergen winkelconcentraties steeds meer voorzieningen die statistisch onder een ander segment van de consumptieve bestedingen vallen. Vanuit de winkelconcentratie wordt steeds meer een claim gelegd op de totale vrije bestedingsruimte van de consument. Schaalvergroting is dan noodzakelijk.

Fabrikanten en detailhandel begeven zich in elkaars vaarwater en zoeken elk naar eigen middelen om de consument aan zich te binden. De distributie van detailhandelsgoederen wordt aangetakt op bestaande verkeersnetwerken. Tank- en spoorwegstations breiden hun functie uit tot distributiecentrum voor de mobiele consument met weinig tijd.

Het wordt steeds discutabeler te spreken over 'de consument'. Vroeger was het gedrag van consumenten redelijk voorspelbaar en was het mogelijk productie- en distributieprocessen daarop af te stemmen. De huidige consument is grillig, veranderlijk en impulsief. Het gedrag van de consument wordt steeds individueler. Om de klant nog op zijn wenken te bedienen is flexibilisering van productie- en distributieprocessen noodzakelijk. De huidige technologische ontwikkelingen bieden daartoe mogelijkheden. De veranderingen in het primaire proces van de detailhandel die daar het gevolg van zijn leiden ertoe dat er andere eisen gesteld zullen worden aan het winkelvastgoed.

De wens inzicht te krijgen in de invloed van ontwikkelingen aan vraag- en aanbodzijde en de veranderende distributieprocessen op de toekomstige vraag naar detailhandelsvastgoed, heeft geresulteerd in de volgende driedelige doelstelling:

1. Specificeren, kwantitatief en kwalitatief, van de vraag naar detailhandelsvastgoed in ruime zin, op basis van inzicht in de mogelijke, waarschijnlijke en wenselijke ontwikkelingen in het bestedingsgedrag van de consument.
2. Kwantificeren en kwalificeren van de noodzakelijke uitbreidingen, aanpassingen en verbeteringen van de voorraad detailhandelsvastgoed naar aanleiding van confrontatie van de (vastgoed)vraag met de beschikbare voorraad.
3. Beschrijven volgens welk proces de ontwikkelingen in het vastgoedaanbod verlopen, gezien over de periode 1995 - 2015.

Gedrag en bestedingen consument

Hoewel gedurende de periode 1969 - 1995 sprake was van eens sterke relatie tussen de economische groei en de groei van de consumptieve bestedingen, neemt het aandeel van de detailhandelsbestedingen in de totale consumptieve bestedingen al decennia lang af. In 1950 kwam bijna 70% van de consumptieve bestedingen in de detailhandel terecht, nu ligt dat percentage rond de 30%.

In 1995 lag het niveau van de consumptieve bestedingen op ruim 300 miljard gulden per jaar. Daarvan werd circa 120 miljard per jaar besteed in de detailhandel.

Bepalend voor de omvang van de detailhandelsbestedingen is het consumentengedrag; dit ligt ten grondslag aan de bestedingen. Verschillende culturele veranderingen die de afgelopen decennia in de maatschappij hebben plaatsgevonden zijn van invloed op het consumentengedrag: secularisering, toegenomen arbeidsparticipatie van vrouwen, flexibilisering van de arbeidsmarkt. In de loop van de tijd zijn de keuzemogelijkheden enorm toegenomen, hetgeen tot gevolg heeft gehad dat het consumentengedrag meer gefragmenteerd is geworden. Deze fragmentatie komt niet alleen tot uitdrukking in verschillen tussen consumenten, maar heeft ook betrekking op de verschillen in bestedingsgedrag van één consument. De moderne consument is een individualistische, grillige 'momentconsument', het koopgedrag is afhankelijk van verschillende stemmingen en voorkeuren afhankelijk van de situatie.

In het onderzoek is het Global Competition scenario van het Centraal Plan Bureau als kaderstellend scenario voor economische ontwikkelingen en het niveau van bestedingen gebruikt. Daarbinnen zijn voor het niveau van de consumptieve bestedingen twee varianten onderscheiden. Een upside scenario met 2,5% groei van de consumptieve bestedingen per huishouden per jaar en een downside scenario waarin dat percentage op 1,2% ligt. Het gaat de afgelopen jaren met Nederland in economisch opzicht uitstekend en er zijn nog geen voortekenen die er op wijzen dat dat binnenkort anders zal zijn. Er kan geconstateerd worden dat we gedurende de eerste jaren van de beschouwde periode het up side scenario volgen.

Hiervoor werd reeds melding gemaakt van het feit dat het aandeel van de detailhandelsbestedingen in de totale consumptieve bestedingen afneemt terwijl in absolute termen de detailhandelsbestedingen nog steeds, gematigd, groeien. Dat impliceert dat de omvang van de overige consumptieve bestedingen, vallend onder de noemer 'diensten & leisure', sterker groeien dan de algemene economische groei per huishouden. Daarbinnen vallen de bestedingen aan woningen en woondiensten en de bestedingen aan de gezondheidszorg, twee sectoren die de afgelopen jaren een zeer sterke groei hebben doorgemaakt.

Ook de bestedingen die een relatie hebben met de vrije tijdsbesteding van de consument vallen onder diensten & leisure. Een deel daarvan is van wezenlijk belang voor de detailhandel omdat er directe relaties daarmee bestaan of te leggen zijn. Daarbij wordt bedoeld op de horeca, bioscopen, fitness centra, ambachtelijke bedrijven etc. Functies die statistisch gezien geen onderdeel vormen van de detailhandel maar die wel, in toenemende mate, te vinden zijn in winkelcentra.

Mooier en completer

De afgelopen 20 jaar zijn leisure-elementen steeds belangrijker geworden in de detailhandel, een ontwikkeling die uit Noord-Amerika is overgewaaid. Kenmerk is het versterken van de aantrekkelijkheid van het winkelgebied terwijl leisure niet tot de kernactiviteit van de detailhandel behoort. De verschillen tussen Nederland en Noord-Amerika uiten zich in de ruimtelijke verschijningsvorm: perifere shoppingmalls versus de Nederlandse binnensteden met cultuurhistorische waarden.

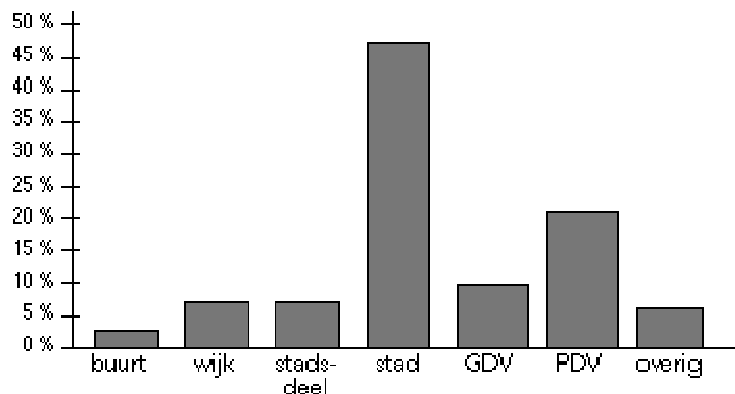
Het ruimtebeslag voor functies in de sfeer van diensten & leisure bedraagt in de huidige situatie circa 30% van het ruimtebeslag ten behoeve van de detailhandel.

Het ruimtebeslag van voorzieningen in de sfeer van diensten & leisure in relatie met winkelconcentraties zal verder toenemen van globaal 30% opslag nu naar 50% opslag in 2015. Genoemde percentages geven aan hoe groot het ruimtebeslag is uitgedrukt in een percentage van de aanwezige vierkante meters detailhandelsvastgoed. In 2015 zal twee derde deel van de vastgoedvoorraad in winkelconcentraties bestaan uit detailhandelsvastgoed en één derde deel uit vastgoed ten behoeve van diensten & leisure.

Het vastgoed ten behoeve van diensten & leisure zal deels gerealiseerd worden in de winkel en deels in de winkelconcentratie dan wel in de directe nabijheid daarvan te vinden zijn. De fysieke grenzen tussen detailhandel en functies in de sfeer van diensten & leisure zullen steeds moeilijker scherp te trekken zijn.

Naar verwachting zal het stadscentrum zich in de toekomst meer en meer gaan profileren als uitgaanscentrum.

Ontwikkelingen in de detailhandel



Opbouw van de planvoorraad winkelvastgoed naar type winkelcentrum

Schaalvergroting

De detailhandel heeft de afgelopen decennia te maken gehad met schaalvergroting. Door de uitval van kleine onrendabele bedrijven en de toetreding van nieuwe grotere winkels is de gemiddelde verkooppriimte toegenomen van 50 m² in 1960 tot 100 m² in 1980, en tot gemiddeld 170 m² nu.

Het schaalvergrotingsproces in de detailhandel zal de komende jaren nog verder doorzetten. Het aantal spelers op de winkelmarkt neemt daarbij steeds verder af. Het marktaandeel van het grootwinkelbedrijf en daarbij aangesloten bedrijven zal naar verwachting toegenomen zijn tot 80% in 2015. Het beleid dat het grootwinkelbedrijf gaat voeren wordt daardoor bepalend voor het functioneren van de detailhandel.

Vloerproductiviteit

De vloerproductiviteit, die al decennia lang een dalende tendens te zien geeft, zal naar verwachting op termijn ombuigen en tegen 2015 een stijgende lijn vertonen. In grote winkelconcentraties ligt de vloerproductiviteit op een hoger niveau dan in de kleine winkelconcentraties. Verschuiving van areaal van buurt- en wijkwinkelconcentraties in de richting van concentraties van een hogere orde, zal gepaard gaan met stijging van de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit.

Tenslotte zullen ingrijpende logistieke vernieuwingen in de distributieketens een gunstige invloed hebben op de ontwikkeling van de vloerproductiviteit. De op termijn positieve ontwikkeling van de vloerproductiviteit heeft mede tot gevolg dat de vraag naar verkoopvloeroppervlak (VVO) minder snel zal verlopen dan in het verleden.

Optimalisering integrale distributieketens

Tot op heden werd de productie van artikelen gebaseerd op de voorspelling van aard en omvang van de vraag van de consument. De consument vertoont een grillig gedrag en de voorspelling van de vraag is daardoor vaak niet trefzeker.

Het is de groei en diversificatie van de consumptie die vraagt om een nieuwe schakel in de distributieketen. Via voorwaartse integratie neemt het grootwinkelbedrijf in de detailhandel een groter deel van de distributieketen voor haar rekening. Het doel daarvan is om te komen tot optimalisering van de integrale distributieketens. Het effect hiervan is een vergroting van de machtspositie van het grootwinkelbedrijf. De tijd dat de detailhandel fungeerde als 'doorgeefluik' tussen producent en consument wordt daarmee verleden tijd.

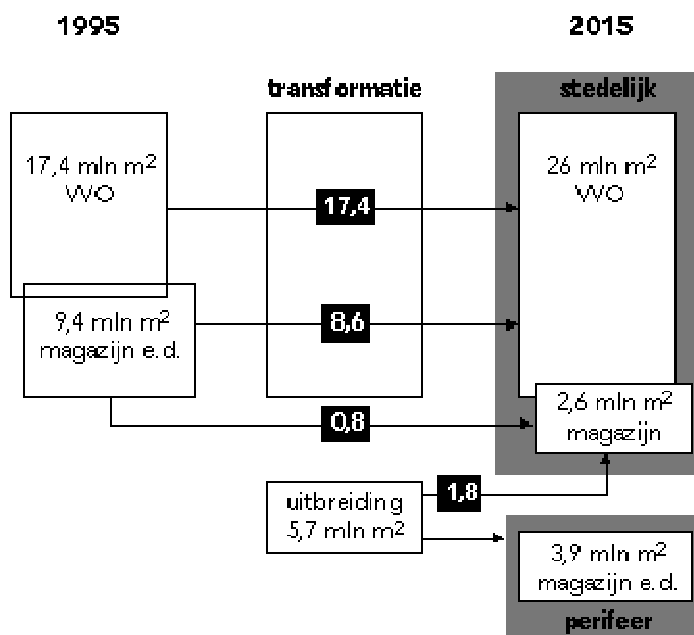
Efficiënter gebruik van de voorraad

De verhouding tussen het verkoopvloeroppervlak en het bedrijfsvloeroppervlak zal in de toekomst aanmerkelijk gunstiger zijn dan in de huidige situatie. Door veranderingen in het primaire proces van de detailhandel kan er efficiënter gebruik gemaakt worden van de ruimte en is er minder ruimte nodig voor opslag van goederen bij de winkel. In de huidige situatie wordt globaal 65% van het beschikbare bedrijfsvloeroppervlak gebruikt als winkel. In 2015 zal dat zijn toegenomen naar 80%.

De opslagcapaciteit bij de winkel kan worden geminimaliseerd. Tevens kan de totale benodigde opslagcapaciteit binnen de integrale distributieketens worden verkleind. De vierkante meters die het verschil uitmaken tussen het verkoopvloeroppervlak en het bedrijfsvloeroppervlak zullen voor een groot deel niet meer te vinden zijn in de winkelconcentraties maar in nog te realiseren distributiecentra.

Uitbreiding en mutatie van de voorraad

De ontwikkeling van de voorraad detailhandelsvastgoed in de periode 1995 - 2015 verloopt volgens de aannamen van het upside scenario zoals te zien in de schematische weergave van scenario A.



Scenario A

Het verkoopvloeroppervlak groeit van 17,4 miljoen m² in 1995 naar 26 miljoen m² in 2015. Uitgaande van een toekomstige verhouding tussen verkoopvloeroppervlak en het bedrijfsvloeroppervlak van 80/100 betekent dit 6,5 miljoen m² magazijnruimte in 2015,

waarvan 40% (2,6 miljoen m²) verondersteld wordt bij de winkel gelokaliseerd te zijn en 60% (3,9 miljoen m²) op perifere locaties. Uitgaande van een voorraadtransformatie, wordt 8,6 miljoen m² van de magazijnruimte in 1995 getransformeerd naar verkoopvloeroppervlak om aan de vraag naar 26 miljoen m² in 2015 te kunnen voldoen. Dit betekent dat 0,8 miljoen m² magazijnruimte bij de winkel haar functie behoudt, en dat nog 1,8 miljoen m² bij de winkel bijgebouwd moet worden (1,8 + 0,8 = 2,6). De 3,9 miljoen m² perifere bedrijfsruimte moet ook nog geheel bijgebouwd worden. In totaal komt dit uit op een uitbreiding van 5,7 miljoen m² in het upside scenario.

Volgens de aannamen van het downside scenario is de noodzakelijk bouwproductie ten behoeve van uitbreiding van de voorraad kleiner. De totale groei van het stedelijk vastgoed kan worden opgevangen binnen de aanwezige voorraad. Ten behoeve van perifere grootschalige distributiecentra is er behoefte aan een uitbreiding met 3,2 miljoen vierkante meter. Door efficiënter gebruik van het stedelijk vastgoed ontstaat er binnen het downside

scenario een overschot aan magazijn ruimte bij de winkel met dezelfde omvang als de noodzakelijke uitbreiding aan perifere distributie centra.

Uit het voorgaande kan geconcludeerd worden dat er in de toekomst behoefte zal zijn aan extra, voor de consument toegankelijke, winkel vierkante meters. De totale uitbreidingsvraag van het verkoopvloeroppervlak kan binnen de nu beschikbare voorraad van totale winkelruimte worden opgevangen. De noodzakelijke uitbreiding van de voorraad detailhandelsvastgoed in beide scenario's zal zich concentreren op grootschalige perifere voorzieningen.

Bij de mutatie van de voorraad gaat het om meer dan alleen uitbreiding van de voorraad ten behoeve van de detailhandel. Het gaat ook om vervanging van vierkante meters die aan de voorraad worden onttrokken. Bovendien is er sprake van een sterk groeiende vraag naar vastgoed ten behoeve van diensten en leisure. Ook die voorraad vertoont enige dynamiek en ook in die voorraad is sprake van onttrekkingen die tot gevolg hebben dat er nieuwe vierkante meters moeten worden gerealiseerd.

De vierkante meters die onttrokken worden aan de voorraad detailhandelsvastgoed vormen voor een groot deel een toevoeging aan de voorraad ten behoeve van diensten & leisure. In die zin bestaat er een wisselwerking.

Voorbeeld

Als de HEMA haar oude vestiging verlaat om zich vervolgens in de Kalvertoren te vestigen dan worden de vierkante meters in de oude vestiging onttrokken aan de voorraad detailhandelsvastgoed. Naar aanleiding daarvan moeten er nieuwe vierkante meters gerealiseerd worden, in dit geval in de Kalvertoren. De 'oude' vierkante meters worden vervolgens getransformeerd tot bioscopen en vormen een toevoeging aan de voorraad ten behoeve van diensten & leisure.

De vervangingsvraag in verband met de onttrekking aan de voorraad detailhandelsvastgoed is in omvang globaal gelijk aan de nieuwbouwproductie zoals vermeld in de planvoorraad volgens Vastgoedmarkt.

Met name bij winkelconcentraties in de huidige grootteklasse van 7.500 m² tot 20.000 m² verkoopvloeroppervlakte is er behoefte aan uitbreiding die groter is dan binnen de beschikbare voorraad kan worden opgevangen.

De noodzakelijke uitbreiding van de voorraad vastgoed ten behoeve van diensten & leisure, voor zover deze een directe fysieke relatie heeft met detailhandelsvastgoed, wordt gerealiseerd door nieuwbouw enerzijds en door functiewijziging van voormalig detailhandelsvastgoed. De noodzakelijke bouwproductie varieert tussen globaal 2,5 en 3,5 miljoen m² bruto vloeroppervlak over de periode 1995 - 2015.

De sterk toegenomen mobiliteit, zowel in fysieke als in virtuele zin, stelt het nabijheidsprincipe als dominant criterium voor de structurering van de detailhandel ter discussie. Nederland is klein en de mobiele consument heeft daarbinnen een actieradius die veel groter is dan die welke de basis vormde voor de huidige structuur. Het nabijheidsprincipe wordt ingeruild voor het bereikbaarheidsprincipe.

De scheiding in run- en funshoppen zal zich steeds sterker manifesteren. Het runshoppen is routinematig. De verplaatsingsinspanning en tijdsinvestering daarvoor wil de consument minimaliseren. De bestedingen die onder die noemer vallen concentreren zich dicht bij huis en op plaatsen waar de consument om andere redenen toch al moet zijn. De buurt- en wijkcentra zullen in dit marktsegment een functie blijven vervullen. Daarnaast zullen er langs de grote mobiliteitsstromen nieuwe distributiepunten ontstaan. Een voorbeeld hiervan dat reeds in gang gezet is, zijn de winkelvoorzieningen bij benzine- en spoorwegstations.

Voor de bestedingen in de sfeer van het funshoppen is het doel om te komen tot maximalisering van de attractiviteit voor de consument. Dat is mede aanleiding om tegemoet te komen aan tendensen gericht op concentratie en schaalvergroting.

Transformatieopgave

Hoewel in absolute termen de uitbreiding van de voorraad niet zeer ingrijpend genoemd kan worden ligt er in termen van transformatie van de voorraad een opgave die zeer omvangrijk en bovendien gecompliceerd is.

De transformatie van de huidige voorraad zal de komende jaren betrekking hebben op:

- uitbreiding van het bruto vloeroppervlak van de grotere wijk- en stadsdeelcentra;
- vergroting van het verkoopvloeroppervlak ten koste van de huidige opslagruimte bij de winkel;

- uitbreiding van de vastgoedvoorraad ten behoeve van diensten & leisure functies;
- herstructurering op het niveau van winkelconcentraties gericht op verbetering van regulering van het lossen en laden van goederen;
- herstructurering van het domein van de consument, integratie van het openbare gebied en het verkoopvloeroppervlak van de winkel;
- verbetering van de bereikbaarheid, uitbreiden van parkeervoorzieningen.

Meervoudig grondgebruik en integrale gebiedsontwikkeling

Veel van de huidige bestemmingsplannen sluiten nauw aan bij de bestaande bouwvolumes. Die plannen moeten aangepast worden alvorens de noodzakelijke plannen tot transformatie van de voorraad gerealiseerd kunnen worden. Met de ontwikkeling en uitvoering van plannen tot aanpassing, upgrading en uitbreiding van bestaande winkelconcentraties zijn, met inbegrip van de noodzakelijke bestemmingsplanwijzigingen, termijnen gemoeid van tussen 5 en 10 jaar.

Vooruitlopend op de ontwikkeling van concrete plannen door ontwikkelaars, beleggers en retailers is het wenselijk dat er vanuit de gemeente ruim baan wordt gemaakt voor dergelijke plannen. Dat kan door nu te starten met de ontwikkeling van nieuwe bestemmingsplannen die ruimte bieden aan een breed scala van initiatieven. Daarbij moet gedacht worden aan mogelijkheden voor:

- meervoudig grondgebruik
- ondergronds transport, parkeer- en opslagfuncties
- multifunctionele bouwvolumes.

In bestemmingsplannen moeten mogelijkheden voor meervoudig grondgebruik de randvoorwaarden scheppen voor intensivering van het gebruik van de stedelijke ruimte.

De binnenstad versus GDV

De binnenstad vormt in Nederland nog steeds de top van de verzorgingshiërarchie. In Amerikaanse steden hebben de binnensteden deze dominante positie, gemeten naar bezoekersaantallen, verloren. Door het ontbreken van een beschermend overheidsbeleid heeft in de Verenigde Staten het detailhandelsapparaat in het stadshart het moeten afleggen tegen de goedkopere en gemakkelijker bereikbare locaties aan de rand van de stad. In het overheidsbeleid in Nederland wordt ervan uitgegaan dat dit een onwenselijke situatie is. De huidige wet- en regelgeving doet echter onvoldoende recht aan de visie die ten grondslag ligt aan het overheidsbeleid.

Indien het huidige GDV-beleid niet wordt aangescherpt kan iedere grootschalige detailhandelonderneming zich buiten de traditionele winkelgebieden vestigen. De norm die in het kader van het GDV-beleid wordt gehanteerd voor grootschalig is 1.500 m² bruto vloeroppervlak. De voortschrijdende schaalvergroting heeft er inmiddels toe geleid dat die norm onvoldoende onderscheidend werkt. In de nabije toekomst zal het grootste deel van de detailhandel binnen de norm vallen en is er geen sprake meer van enige beperkende regelgeving.

Het huidige GDV-beleid, dat dateert uit 1993, impliceert in zekere zin een ontkenning van de waarde van de huidige detailhandelsstructuur. Het stimuleert een tweeslachtig beleid waarbij door retailers en beleggers op 'meerdere paarden wordt gewed'. De gewenste concentratie en schaalvergroting in combinatie met een sterke kwaliteitsverbetering van de historische stadscentra en van de stadsdeelcentra komt dan slechts ten dele van de grond. Op termijn vermindert het 'weerstandsvermogen' van dragers van de huidige detailhandelstructuur.

De planvoorraad

Er is in het kader van het winkelmarktonderzoek een nadere analyse gemaakt van de huidige planvoorraad. Daartoe zijn de bij de plannen betrokken partijen benaderd en is aanvullende informatie opgevraagd.

Daarbij is de planvoorraad zoals die in het najaar van 1996 door Vastgoedmarkt is gepubliceerd als uitgangspunt genomen.

Volgens Vastgoedmarkt bedroeg de planvoorraad totaal, exclusief PDV's en GDV's 1.386.000 m² BVO. De planvoorraad PDV's en GDV's bedraagt totaal 841.000 m² BVO. Alles bij elkaar is er dus sprake van een planvoorraad van 2.227.000 m² BVO. Dat lijkt zeer omvangrijk, maar blijkt het niet te zijn bij nadere beschouwing.

De planvoorraad heeft voor 75% betrekking op uitbreiding. Bij de overige 25% gaat het om aanpassing van bestaand winkelvastgoed. De nieuwe vierkante meters komen niet in één keer op de markt, maar gespreid over een aantal jaren.

Over de periode 1950-1995 is de voorraad gemiddeld met 250.000 m² VVO per jaar gegroeid. Gedurende de jaren '70, met een gunstig economisch klimaat, ligt de groei van de voorraad beduidend hoger op 540.000 m² VVO per jaar. De groei als gevolg van realisatie van de in Vastgoedmarkt opgenomen planvoorraad komt uit op ruim 200.000 m² VVO per jaar.

Het accent ligt heel nadrukkelijk bij uitbreidingsplannen voor stadscentra. Vervolgens nemen de plannen voor GDV en PDV lokaties samen 30% van de voorraad voor hun rekening.

Overigens moet hierbij aangetekend worden dat de inventarisatie van Vastgoedmarkt betrekking heeft op plannen met meer dan 2.500 m² BVO., en de gemiddelde omvang van de plannen bedraagt ruim 5.000 m² VVO.

Verreweg de meeste plannen hebben, naar onze indruk, betrekking op locaties die direkt aansluiten bij reeds bestaande winkelgebieden. Het gaat slechts bij een klein deel van de plannen om locaties die gezien kunnen worden als nieuwe solitaire winkelgebieden. Bij de GDV/PDV plannen is het tegenovergestelde het geval.

De noodzakelijke en omvangrijke transformatie van de voorraad, die naar voren komt uit het door de TU Delft uitgevoerde onderzoek is niet duidelijk herkenbaar binnen de planvoorraad. Bezinning bij projektontwikkelaars, beleggers, gemeenten en detailhandel op de te varen koers is wenselijk.

*ir. W. van der Toorn Vrijthoff en prof. ir H. de Jonge
zijn beiden werkzaam aan de TU Delft, werkverband Bouwmanagement & Vastgoedbeheer*