

Vloerproductiviteit in retail fors teruggelopen

17-09-2014 00:00

De Nederlandse non-foodbranche is in de afgelopen twintig jaar tachtig procent van zijn vloerproductiviteit kwijtgeraakt. Dat zei managing director Frank Quix van Q&A Research & Consultancy vorige week tijdens het jubileumevent van RetailTrends Media.

De non-foodsector zag het aantal vierkante meters de afgelopen twintig jaar met liefst 82 procent toenemen. De spelers uit de foodbranche voegden op hun beurt 68 procent extra meters toe.

Een rare ontwikkeling, vindt Quix. "Het heeft namelijk een vernietigend effect op de detailhandel." De uitgaven van consumenten zijn bijvoorbeeld niet zo hard toegenomen. Hoewel de non-foodbranche in twintig jaar 26 procent meer is gaan verkopen, daalde de vloerproductiviteit met 31 procent. De vloerproductiviteit van foodspelers liep in twintig jaar met vijf procent terug. Daarbij is echter nog geen rekening gehouden met de cumulatieve inflatie van vijftig procent. "Netto daalde de vloerproductiviteit dus met meer dan tachtig procent en dan is nog niet gecorrigeerd voor de online omzet die door fysieke retailers wordt gegenereerd", aldus Quix.

Niet de opkomst van e-commerce, maar de winkelketens zelf zijn volgens Quix de grote schuldige van de problematiek in de fysieke winkelstraat. "Het is niet dat ik tegen nieuwe winkels ben, maar winkels die niet goed lopen moeten gesloten worden." Anders komt er volgens hem een dag dat winkelketens daartoe gedwongen worden. "We hebben simpelweg veel te veel winkels en zitten dus te ruim in ons jasje."

Daarnaast speelt een rare gedachte in de vastgoedsector volgens Quix een bijzondere rol. Een leegstaand pand met een hoge huur is nog altijd meer waard dan hetzelfde pand dat is verhuurd met een lagere huur. "De gatenkaas in sommige centra door leegstaande panden is niet goed voor de aantrekkelijkheid van winkelstraten, maar wordt daardoor niet opgelost."