Waarom een city-outlet wel mag (maar niet kan)

20-12-2016 10:20



Door Nick Möller
Redactie RetailWatching

De strijd in steden als Assen en Zoetermeer weerhoudt Hulst er niet van om de haalbaarheid van een outlet te onderzoeken. De Zeeuwse gemeente denkt daarbij niet aan een factory outlet center in de periferie, maar aan een city-outlet. De ideale tussenweg?

Het idee van Hulst voor een city-outlet valt samen met de ontwikkeling van een nieuwe retailvisie, als onderdeel van de RetailDeal die eerder dit jaar met minister Henk Kamp werd ondertekend. Een city-outlet kan volgens gemeente de mogelijkheid bieden ‘om de economische dynamiek in de binnenstad te bewaren’. Het is een proactieve maatregel, getuige de relatief lage winkelleegstand in de gemeente. Met vijf procent aan leegstaande winkels doet Hulst het een stuk beter dan het landelijk gemiddelde, dat volgens marktonderzoeker Locatus boven de zeven procent ligt.

Toch is het volgens het gemeentebestuur de moeite waard om te onderzoeken of een deel van het winkelbestand kan worden getransformeerd tot een city-outlet. Het initiatief voor het onderzoek kwam in een eerder stadium van projectontwikkelaar Lafoma uit Terneuzen. Een city-outlet is volgens de gemeente ‘een hele andere vorm van outlet dan de koopjesvestingen zoals Designer Outlet Roermond en Batavia-stad in Lelystad’. Het Duitse Bad Münstereifel zou een beter voorbeeld zijn.

Op de bres
Het idee voor een city-outlet is dan ook niet nieuw. Zo wees eigenaar Jaap Kaai van onderzoeks- en adviesbureau Emma retail eerder dit jaar op RetailWatching al op het succes van Bad Münstereifel. In het historische plaatjes in Noordrijn-Westfalen staat een concept dat veel lagere risico's kent dan een outlet in de periferie, die flink wat marketing en investering vergt. "Dit outlet is geen groot complex in de periferie, maar geïntegreerd in de binnenstad", zegt Kaai. "Meerdere outletwinkels zijn verspreid en geïntegreerd gevestigd door het centrumgebied. Een passende en eenduidige uitstraling maakt de aangesloten outletwinkels zichtbaar. Een uitstraling die zelfs is doorgevoerd in het straatmeubilair, bankjes en wegwijzers. De overige winkels en het authentieke stratenpatroon zorgen voor een sfeer die in een nieuwgebouwde omgeving niet is na te bootsen."

Verder is het outletconcept ontwikkeld door enkele particuliere initiatiefnemers. "Zij hebben een vastgoedimpuls gegeven, leegstand ingevuld en de samenwerking tussen bestaande en nieuwe ondernemers gestimuleerd. De city-outlet zorgt zodoende voor nieuw leven in deze binnenstad, waarvan zitten ondernemers direct profiteren", aldus Kaai. Hij ziet Bad Münstereifel dan ook als een mooi voorbeeld van hoe aangekeken moet worden tegen de problematiek in het Nederlandse retaillandschap.

Hans van Tellingen van onderzoeksbureau Strabo sprong eveneens op de bres voor binnenstadlocaties. "Het mooiste is natuurlijk als er kruisbestuiving plaats kan vinden", zei hij vorig jaar tegenover RetailWatching. "Waarom moeten het per se outletcentra van vijftigduizend vierkante meter zijn zoals Batavia Stad, als het ook kleiner kan? Er staan soms delen van binnenstadscentra leeg, waar bijvoorbeeld de loop is uitgegaan. Dat kan een ideale plek zijn om een outletcentrum te huisvesten, ook omdat het zomaar een soort van Primark-effect teweeg kan brengen en extra mensen van buiten de directe verzorgingsgebieden trekt."

Manager belangen & beleid Marcel Evers van INretail stelde onlangs moeilijk te begrijpen dat een FOC die zes kilometer buiten de binnenstad ligt een bijdrage kan leveren aan de revitalisering van diezelfde binnenstad. "Door de komst van een apart modecentrum langs de snelweg wordt het hart van Assen hard getroffen. De aanslag op de modebranche, de belangrijkste sector van een stadshart met een grote regiofunctie, zal een domino-effect hebben in vorm van sluiting van andere winkels. Het is het paard achter de wagen spannen door eerst de binnenstad kapot te maken en daarna te willen revitaliseren", stelt hij.

INretail heeft er echter 'niets op tegen' als outlet winkels in de binnenstad worden gerealiseerd. "Het gaat ons erom dat bestaande winkelgebieden worden versterkt," legt een woordvoerder nog maar eens uit. "Als outletwinkels worden ingebed in de binnenstad is er vervolgens gewoon sprake van marktwerking."

Uitzonderingen
Hulst laat weten dat de lokale ondernemingsvereniging 'met een positieve grondhouding kennis heeft genomen' van het haalbaarheidsonderzoek. Ondanks alle positieve houdingen ten opzichte van city-outlets, zijn outletcentra bijna zonder uitzondering in de periferie gevestigd. Waarom? Het is een vraag die we aan ceo Kees Woltering van outletontwikkelaar Stable hebben voorgelegd. "De outlet in Roermond ligt dicht bij de binnenstad en is natuurlijk een enorm succes", ziet ook Woltering. "Maar als je heel eerlijk kijkt hoeveel gemeenschapsgeld er in de infrastructuur is gestopt om al die files tegen te gaan; dat is mega. Waar er bij de opening een weggetje van anderhalve baan lag met twaalf verkeerslichten, is het tegenwoordig bijna een zesbaansweg. Dat is geen kift, maar het moet wel kunnen. Niet iedere gemeente of provincie wil of kan dat investeren. Het is echter nodig, want de mensen in Roermond zijn helemaal klaar met de onbereikbaarheid van hun stad tijdens Duitse feestdagen en weekenden. Dat is ook voor ondernemers in de binnenstad niet goed."

Woltering ziet daarnaast dat Bad Münstereifel er ‘altijd wordt bijgehaald’ als het om city-outlets gaat, maar dat plaatsje heeft volgens hem een historische kern die veel mensen al bezochten voor de komst van de outlet. “Bovendien moeten we niet doen alsof het een volledig outletcenter is, want er zijn maar 25 echte outletwinkels. Roermond en Bad Münstereifel zijn voor mij de bekende uitzonderingen die de regel bevestigen dat outlets in het buitengebied horen.”