

'Foodspelers nemen de winkelstraat over'

28-09-2018 15:30



Zaken die eten en drinken verkopen waren in de afgelopen anderhalf jaar goed voor meer dan een kwart van de opgevlude winkelleegstand. Alleen dit jaar is er al bijna 139 duizend vierkante meter voor foodspelers bij gekomen, blijkt uit het Food & Beverage-rapport van vastgoedadviseur Colliers International.

Het aantal food & beverage-zaken is in de afgelopen acht jaar met bijna negen procent gestegen naar zo'n 61.250. Dat betekent een groei met ongeveer vijfduizend verkooppunten, vaak op plekken van leegstaande winkels. Ook in vierkante meters is food de grootste stijger in de retailmarkt, waarbij er vooral veel restaurants en supermarkten bij zijn gekomen.

De groei van het aantal vestigingen hangt samen met de toename van bestedingen aan consumptie buitenshuis. Gemiddeld geven consumenten hier sinds 2010 jaarlijks vier procent meer aan uit, vorig jaar was dat zelfs zeven procent. Daarmee ligt de groei beduidend hoger dan die van de rest van de retailmarkt.

In centrale winkelgebieden is food & beverage, voor thuisconsumptie en buitenshuis gecombineerd, al goed voor gemiddeld twintig procent van het marktaandeel. Dat is drie procentpunt meer dan in 2010. In de grotere binnensteden is al meer dan een kwart op eten en drinken gericht.

De komende jaren stijgt naar verwachting het segment buitenshuis naar gemiddeld 25 procent in Nederland. In de grootste steden in de Randstad rekt Colliers op een groei naar dertig procent. Ook voor middelgrote

steden is dit percentage 'niet ondenkbaar'.

In totaal besteedden consumenten vorig jaar ongeveer zestig miljard euro aan eten en drinken, vier procent meer dan in 2016. Dit jaar groeit dat bedrag naar verwachting tot 62,5 miljard euro.