

Vergaderjaar 2016–2017

27 838

Detailhandel

Nr. 25

BRIEF VAN DE MINISTER VAN ECONOMISCHE ZAKEN

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 3 juli 2017

Om de noodzakelijke transitie van de retailsector te versnellen heb ik de Retailagenda (2015–2017) geïnitieerd. Op 17 maart 2015 heb ik uw Kamer hierover geïnformeerd (Kamerstuk 27 838, nr. 13). Het doel van de Retailagenda is om het verdienvermogen in de retailsector te vergroten, de aantrekkelijkheid van binnensteden en dorpskernen te verbeteren en de sector toekomstbestendig te maken. Om dat te realiseren heb ik, samen met de stakeholders in de detailhandel, 20 concrete afspraken gemaakt in de Retailagenda; inmiddels is daar een 21e afspraak aan toegevoegd over het onderwerp innovatie. Zoals ik in de eerste voortgangsrapportage (Kamerstuk 27 838, nr. 14) heb aangekondigd, is vorig jaar tevens, mede naar aanleiding van enkele grote faillissementen, door alle partijen een impulsaanpak opgesteld en capaciteit vrijgemaakt om een jaar lang versnelling in de uitvoering aan te brengen. Speciaal aandachtspunt hierbij was het terugbrengen van de overcapaciteit aan vierkante winkelmeters en de planvoorraad.

De voorzitter van de Retailagenda, mevrouw M. van Hees, heeft mij de tweede voortgangsrapportage van de Retailagenda aangeboden, met daarin de resultaten van de gezamenlijke inspanning op de 21 afspraken. Zoals toegezegd in het Dertigledendebat «Massaontslag Blokker» (d.d. 13 juni 2017 (Handelingen II 2016/17, nr. 86, Dertigledendebat over het massaontslag bij Blokker)), zend ik deze aan uw Kamer¹ en beschrijf ik onderstaand de laatste ontwikkelingen in de sector. Daarnaast informeer ik uw Kamer, conform de toezegging in het bovengenoemde Dertigledendebat, over de stand van zaken rond mobiliteitscentra.

Ontwikkelingen in de retailsector

Het beeld van de sector is tweeledig. Enerzijds laten de cijfers zien dat het herstel van de Nederlandse economie eveneens leidt tot het herstel van de retailsector; de omzetgroei van 1,9% van de Nederlandse detailhandel

¹ Raadpleegbaar via www.tweedekamer.nl.

in 2016 is zelfs de hoogste sinds acht jaar. Anderzijds ondervindt de sector al enkele jaren de gevolgen van structurele veranderingen in het retaillandschap door nieuwe technologie, economische ontwikkelingen en veranderende consumentenvoorkeuren. Veel winkelformules staan onder druk, omdat zij zich onvoldoende snel kunnen aanpassen aan de veranderde omstandigheden. Ondanks dat er formules zijn die zich met succes aanpassen en er daarnaast nieuwe formules ontstaan, constateer ik dat de sector nog steeds kwetsbaar is. De recente ontwikkelingen bij Blokker Holding illustreren dit.

Economisch beeld

De groei van de Nederlandse economie met 3,4% in het eerste kwartaal van 2017 was sinds 2008 niet meer zo hoog als nu. Doordat het vertrouwen in de economie herstelt, zal de koopbereidheid van de consument de komende jaren – naar verwachting – ook blijven groeien. Het ondernemersvertrouwen in de detailhandel laat de laatste vier jaar al een stijgende lijn zien. Het herstel van de Nederlandse economie vertaalt zich ook naar positieve resultaten in de retail. De totale omzet van de Nederlandse detailhandel steeg in 2016 tot circa 110 miljard euro. Dit is het derde jaar op rij dat de omzet toeneemt. Het omzetsniveau lag in 2016 echter nog wel vier procent lager dan het hoogste niveau voor de crisis (2008).

De online markt is de motor achter de groei van de detailhandel. De totale online omzet binnen het midden- en grootbedrijf in de detailhandel was in 2016 19,5% hoger dan een jaar eerder. Dat is in lijn met de omzetgroei in 2015. In het eerste kwartaal van 2017 groeide de omzet van fysieke winkels die ook verkopen via een webshop met 16,4% ten opzichte van een jaar eerder. Deze zogenoemde *multichannel retailers* zijn ten opzichte van pure internetverkopers, waarvan de omzet met gemiddeld 13,6% groeide, bezig met een inhaalslag. Een andere online ontwikkeling, die minder gunstig is voor de Nederlandse detaillist, is de groei van de aankopen die de Nederlandse consument doet bij buitenlandse webwinkels binnen de EU. In 2016 werd er voor ruim 1 miljard euro bij deze webshops gekocht, een stijging van 25% ten opzichte van 2015.

Ondanks de groeiende omzet en betere vooruitzichten waren er in 2016 nog veel faillissementen. Het aantal faillissementen daalde slechts licht met 4% ten opzichte van 2015. De faillissementen van een aantal grote ketens troffen een grote groep werknemers: tot november 2016 verloren 21.000 mensen hierdoor hun baan. Op 16 mei 2017 maakte ook Blokker Holding een ingrijpende reorganisatie bekend, waarbij de verkoop van vijf van de zeven winkelformules en het verlies van 1.900 arbeidsplaatsen werd aangekondigd. Ondanks de grote faillissementen verwacht het UWV dat de werkgelegenheid in de detailhandel voor 2017 en 2018 licht zal toenemen, met zo'n 7.500 werknemersbanen per jaar. Qua werkgelegenheid behoort de detailhandel overigens tot de grotere sectoren. In haar Arbeidsmarktupdate voor de detailhandel (d.d. 29 december 2016) geeft het UWV aan dat de sector in 2015 werk bood aan bijna 870.000 personen. Er zijn zo'n 735.000 werknemersbanen en 133.000 banen voor zelfstandig ondernemers. Aan het einde van het eerste kwartaal van dit jaar waren 20.000 vacatures binnen de detailhandel onvuld. Dit is het hoogste aantal sinds de start in 1997 van de vacaturewaarneming. De groei van de werkgelegenheid zal zich vermoedelijk met name voordoen in het mkb en in webwinkels. Door de opkomst van online winkelen verschuift de (distributie)functie van warenhuizen voor een deel naar webwinkels. Hierdoor daalt de relatieve vraag naar verkoopmedewerkers en stijgt de vraag naar transport- en logistiekpersoneel.

Mobiliteitscentra

In het kader van de «Doorstart naar nieuw werk»-maatregelen zijn middelen gereserveerd om indien nodig een mobiliteitscentrum op te kunnen zetten. Het lid Ziengs heeft gevraagd naar de resultaten die met deze middelen zijn bereikt. Tot op heden zijn vanuit deze middelen nog geen mobiliteitscentra opgericht. Ik heb daarom tijdens het debat van 13 juni jl. toegezegd uw Kamer te informeren over in het verleden opgerichte mobiliteitscentra, te weten bij Aldel en bij Philip Morris.

Mobiliteitscentrum Eemsdelta (Aldel)

Na het faillissement van Aldel namen de gemeente Delfzijl, UWV, provincie Groningen en het Ministerie van Sociale Zaken in januari 2014 het initiatief voor een Mobiliteitscentrum in Delfzijl. Het mobiliteitscentrum is per 1 juli 2015 opgeheven. Uiteindelijk vonden 250 van de 346 ex-Aldel medewerkers nieuw werk, 143 van hen (57 procent) zijn 50 jaar of ouder. In totaal gingen 132 werknemers aan de slag bij het bedrijf Klesch dat zorgde voor de doorstart van het aluminiumbedrijf. Deze medewerkers hebben hiervoor een aanvullende scholing gevolgd via het Mobiliteitscentrum.

Mobiliteitscentrum Philip Morris

Philip Morris heeft van 1 september 2014 tot 31 augustus 2016 voor ex-werknemers een Mobiliteitscentrum ingericht. Voormalige medewerkers konden hier terecht voor ondersteuning, begeleiding en advies. Gedurende de eerste negen maanden heeft ook het UWV menskracht ingezet voor het Mobiliteitscentrum. Bijna 80% van de ex-werknemers die zich gemeld hebben voor herplaatsing hebben nieuw werk gevonden. Het betreft bijna 800 mensen.

Evaluatie mobiliteitscentra

Aangezien er tot op heden vanuit de «Doorstart naar nieuw werk»-maatregelen nog geen mobiliteitscentrum is opgezet, ligt een evaluatie niet in de rede. Dit wordt pas opportuun zodra verdere ervaring is opgedaan met het opzetten van mobiliteitscentra en de Minister van Sociale Zaken en Werkgelegenheid zal uw Kamer op de hoogte houden van de ontwikkelingen daaromtrent.

Winkelmeters en leegstand

De veranderingen in de retailsector hebben niet alleen effect op retailers en hun werknemers, maar ook op het fysieke winkellandschap van Nederland met het ontstane overschot aan vierkante meters winkeloppervlakte en dus leegstand. Om de kwaliteit en leefbaarheid van onze binnensteden en winkelgebieden te behouden, moet het aantal vierkante meters winkeloppervlak per saldo worden teruggebracht. De trend van een stijgend aantal winkelmeters en plancapaciteit lijkt in 2016 te zijn gekeerd. Na een jarenlange stijging, daalde het aantal leegstaande winkels voor het eerst licht. Begin 2016 stond 7,4% van de panden leeg en eind 2016 was dat 7,1%. In absolute aantallen betekent dit dat er eind 2016 ruim 500 winkels minder leeg stonden dan aan het begin van 2016. De teruglopende leegstand is te danken aan de groei van het aantal horecavestigingen en de toename van dienstverlenende bedrijven. Daarnaast had begin 2016 het faillissement van V&D grote impact op het aantal vierkante winkelmeters; in één klap werd destijds 350.000 m² aan de leegstand toegevoegd en steeg de leegstand in winkelmeters van 7,7% naar 8,4%. Op 1 januari 2017 was het oude niveau weer bereikt.

Ten aanzien van de leegstand van winkelpanden zijn de regionale verschillen groot en wordt de tweedeling op de winkelmarkt pregnanter. Op A-locaties en in de grote steden loopt de leegstand terug, voor kleinere steden en dorpen blijft er een grote uitdaging en loopt de leegstand zelfs op. Gemiddeld genomen neemt de structurele leegstand (langer dan 3 jaar) in Nederland nog licht toe. Ook op dit terrein doen de grote steden het beter. Dit bevestigt het belang van fundamentele keuzes voor middelgrote en kleine steden. Nederlandse binnensteden en winkelcentra moeten een stevige transformatie doormaken om voor de toekomst vitaal en aantrekkelijk te blijven voor bewoners en bezoekers. Enkele tientallen steden zullen zich verder ontwikkelen als centrumgemeenten. Andere steden, vaak de wat kleinere, zullen zich moeten beraden op hun positie en hun ambities bij moeten stellen. Gemeenten en provincies staan voor de opgave om te bepalen welke winkelgebieden kansrijk zijn en versterking behoeven en welke kansarm en naar een andere functies getransformeerd kunnen worden. Dit zijn processen die een lange adem en vasthoudendheid vereisen. Belangrijk in dit verband is dat de planvoorraad voor retailprojecten de afgelopen periode significant is teruggelopen. Het besef dat terughoudendheid nodig is in het toevoegen van winkelcapaciteit is op dit moment breed aanwezig. In retailprojecten wordt gewerkt aan opwaardering, herpositionering en transformatie in plaats van nieuwbouw.

Resultaten van de Retailagenda

Bovenstaande bevestigt het beeld van een sector in transitie. De Retailagenda ondersteunt de sector in het noodzakelijke veranderingsproces. De betrokken partijen in de Retailagenda spelen een belangrijke rol bij het initiëren, faciliteren, regisseren en monitoren van concrete acties om de doelstellingen van de retailagenda gezamenlijk te realiseren.

Gemeenten sluiten samen met lokale stakeholders (winkeliers, horeca, vastgoedondernemers, culturele instellingen en bewoners) nog steeds RetailDeals. Hierin formuleren zij een visie en een concreet actieplan met duidelijke keuzes over kansrijke en kansarme winkelgebieden om leegstand te voorkomen. In 2015 en 2016 zijn totaal 84 RetailDeals gesloten, waarbij circa 119 gemeenten zijn betrokken. Daarnaast hebben alle twaalf provincies een Provinciale RetailDeal gesloten. Met deze deals nemen provincies de regie in regionale samenwerking en zetten (ruimtelijke) instrumenten in om vitale en toekomstbestendige winkelgebieden te realiseren en winkelleegstand tegen te gaan. Gemeenten en provincies worden in hun aanpak ondersteund door het impulsteam, onder andere in de ontwikkeling en toepassing van geschikt RO-instrumentarium. Er zijn expertbijeenkomsten georganiseerd, instrumenten en pilots ontwikkeld die handvatten bieden bij het selecteren van kansrijke en kansarme gebieden en het ontwikkelen van transformatieplannen en er is gewerkt aan het opstellen van gezamenlijke definities voor kengetallen en begrippen. De aanpak met de RetailDeals wordt daarnaast versterkt met twee trajecten rondom regeldrukvermindering voor de retailsector: een maatwerkeraanpak voor het oplossen van door de sector aangedragen knelpunten in regelgeving en pilots voor verlichte regelgeving in winkelgebieden. Het animo onder gemeenten om aan te sluiten bij de RetailDeals blijft groot. De alweer derde tranche gemeentelijke RetailDeals is op 3 juli 2017 getekend tijdens het Zomercongres Retailagenda.

Vanuit de Retailagenda wordt tevens ingezet op het vergroten van ondernemersvaardigheden en het verbinden van mbo- en hbo-opleidingen met nieuwe ontwikkelingen en vraag van de markt. Door middel van onderwijsvernieuwing en om- en bijscholingsmogelijkheden voor werknemers wordt de kennis en kunde voor nieuwe (online) markten

verspreid. Uw Kamer heeft via een motie van het lid Amhaouch (Kamerstuk 27 838, nr. 18) erop aangedrongen om met alle partijen een Human Capital Agenda in het kader van de Retailagenda op te stellen. Deelnemende partijen in de Retailagenda hebben aangegeven het komend jaar een gezamenlijke visie op dit onderwerp te formuleren.

Naar aanleiding van de faillissementen van enkele grote winkelketens hebben de sociale partners in de retail – Detailhandel Nederland, FNV en CNV Vakmensen – in 2016 het project «Loopbaansupport Detailhandel» opgezet, met financiële ondersteuning van het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Het doel van het project is om mensen die hun baan in de detailhandel zijn kwijtgeraakt extra te ondersteunen, via persoonlijke begeleiding en het vergroten van hun vaardigheden, zodat zij zo snel mogelijk een nieuwe baan vinden. De eerste fase hiervan is inmiddels afgerond. Op 16 mei 2017 is bekend gemaakt dat de financieringsaanvraag voor de tweede fase is goedgekeurd.

Om in te spelen op de veranderende marktomstandigheden en tot nieuwe verdienmodellen te komen, zijn concrete en innovatieve projecten nodig. Daarom is in oktober 2016 de Retailinnovatie-Agenda als 21e afspraak aan de Retailagenda toegevoegd. Leren door te doen staat centraal bij de aanpak met «learning en living labs». De stad Den Haag fungeert hiertoe als retail living lab, samen met andere steden die zich als partner bij dit initiatief aansluiten. Een ander initiatief op dit terrein is Platform De Nieuwe Winkelstraat (DNWS). Zij hebben een methodiek ontwikkeld om stakeholders samen te laten werken aan de toekomstbestendigheid van hun winkelgebied. Tot op heden hebben meer dan honderd gemeenten gebruik gemaakt van de begeleiding van DNWS. Tot slot is breed gedeelde kennis van belang om goed in te kunnen spelen op alle veranderingen en kansen die deze bieden. Diverse organisaties hebben de handen ineen geslagen om hiertoe een kenniscentrum op te zetten en daarmee de erfenis van het Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (Detailhandel.info) over te nemen en voort te zetten.

Ten aanzien van de 6e afspraak in de Retailagenda over het verbeteren van de werking van de huurmarkt heb ik uw Kamer per brief (Kamerstuk 27 838, nr. 16) laten weten dat er, na uitvoerige consultatie van de achterban van betrokken retailpartijen, uiteindelijk onvoldoende draagvlak bleek te zijn voor het convenant waarover vertegenwoordigers van retail- en vastgoedpartijen overeenstemming hadden bereikt. Afgelopen periode heb ik verkend op welke wijze het doel, een beter functionerende huurmarkt, alsnog gerealiseerd kan worden. Daar zijn de volgende drie aanknopingspunten voor vervolgacties uit naar voren gekomen. Op de eerste plaats blijken partijen geen gedeelde probleemstelling te hanteren. Via een onafhankelijk onderzoek naar de marktwerking van de huurmarkt wordt beoogd hiervoor een noodzakelijke basis te formuleren. Ten tweede start ik parallel hieraan een dialoog met huurders en verhuurders om tot een afsprakenkader rond investeringen in winkelgebieden te komen. Ten derde en laatste wordt via een ontwikkeltraject met het Kadaster nagegaan of het mogelijk is om tot een database van huurovereenkomsten te komen. Op basis van deze database met geanonimiseerde gegevens moet het mogelijk worden om op transparante en toegankelijke wijze referentiehuren te bepalen, die als basis dienen voor nieuwe huurcontracten.

Tot slot wil ik hier het in februari gepresenteerde Benelux rapport «Benelux Detailhandel 2025, een Benelux thuismarkt als springplank voor groei» vermelden. Hierin zijn de belemmeringen voor grensoverschrijdende detailhandel onderzocht. Naar aanleiding van de uitkomsten van dit rapport neemt Nederland, als huidig voorzitter van het Benelux Comité

van Ministers, het initiatief om een stuurgroep te organiseren die zal werken aan de oplossingen voor de geconstateerde belemmeringen.

Conclusie

De hier beschreven acties en resultaten vormen slechts een greep uit de vele initiatieven die binnen de samenwerking van de Retailagenda zijn georganiseerd en gerealiseerd. Ze laten zien dat alle stakeholders actief werken aan een toekomstbestendige detailhandel. De belangrijkste winst van de Retailagenda is daarmee het breed gedeelde gevoel van urgentie en de verantwoordelijkheid die de stakeholders gezamenlijk op zich hebben genomen om de transformatie van de sector concreet en actiegericht te realiseren. De beschreven problematiek illustreert nog eens dat het noodzakelijk is om stevig door te werken aan de structurele aanpassingen in de sector. De komende tijd zal ik dan ook met alle partijen in gesprek gaan om te bezien hoe de huidige aanpak van de Retailagenda vervolg kan krijgen.

De Minister van Economische Zaken,
H.G.J. Kamp