

Outlets maken kleine winkeliers kapot

De geplande outlet in de weilanden van Bleizo moet er niet komen. Deze gaat ten koste van de kleine winkelier en de leefbaarheid van de stadskern.

RAYMOND GRADUS EN BRIGITTE BAUER

De detailhandel staat onder grote druk. Zelfstandige winkeliers - veelal familiebedrijven - ondergaan de negatieve effecten van schaalvergroting, een economische crisis, de toenemende internetverkoop en koopzondagen. Daar lijken zogenaamde factory outlet-centra nu bij te komen.

De gemeente Zoetermeer-Lansingerland heeft plannen om in de weilanden van Bleizo een outlet van 20 duizend m² te plaatsen. De Zuid-Hollandse Staten buigt zich op 12 december over dit voorstel. Er zijn genoeg argumenten om het tegen te houden: het zal de genadeklap voor de kleine winkelier zijn en de leefbaarheid in de stadskern komt verder onder druk te staan. Bovendien moet de bredere strekking van dit voorstel niet worden onderschat. Het is de volgende stap richting schaalvergroting en vereconomisering van onze samenleving.

Hoewel Nederland een hoge winkeldichtheid heeft en sommige winkeliers amper hun hoofd boven water kunnen houden, zijn er vergevorderde plannen voor een vierde outlet-centrum naast die in Lelystad, Roosendaal, en Roermond. Outlets zijn fabriekswinkels waar merkfabrikanten zonder tussenkomst van detaillisten direct aan de consument verkopen, vaak tegen fors gereduceerde prijzen. Het betreft vooral kleding, schoenen en sportartikelen die niet meer voor reguliere verkoop in aanmerking komen en die voorheen in bijvoorbeeld Rusland

werden 'gedumpt'. Het nieuw geplande outlet-centrum Bleizo is onderdeel van een groter project binnen de gemeente dat ook de bouw van een NS-station en woon- en kantoorruimte behelst.

De initiatiefnemers benadrukken het vernieuwende en exclusieve karakter, waardoor Bleizo de bestaande winkels niet nadelig zou beïnvloeden. Zij stellen dat Bleizo een groter aandeel producten uit het 'hoogwaardige segment' aanbiedt dan de andere outletcentra in Nederland.

Deze exclusiviteit is een voorwaarde voor onder meer de provincie. De vraag is echter hoe die voorwaarde juridisch kan worden verwerkt in een dergelijk langlopend project en of aan een dergelijke voorwaarde sowieso kan worden voldaan. Uit het bij het voorstel ingewonnen juridisch advies blijkt dat dergelijke garanties niet kunnen worden gegeven. Het is te verwachten dat die exclusiviteit niet wordt gerealiseerd, zodat Bleizo het zoveelste 'gewone' winkelcentrum wordt en daarmee in het vaarwater van de gewone winkels komt, wat leegstand zal bevorderen en de leefbaarheid van de stadscentra verder zal ondermijnen.

Een ontwikkeling die onmiskenbaar traceerbaar is in het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten, waar een wildgroei aan shopping malls in de periferie leidde tot veel troosteloze binnensteden.

Vaak wordt verwezen naar het succes van andere factory outlets. Van de drie andere outletcentra is Roermond het succesvolst, maar daar spelen bijzondere omstandigheden: het type consument en de locatie. Roermond bedient een gebied (tot anderhalf uur reistijd) van 26 miljoen inwoners. Dankzij de ligging aan de grens is het percentage Duitse bezoekers hoog en

daardoor heeft Roermond een relatief hoogwaardig outletbestand. Toch daalt de omzet van winkels in de binnenstad en de omgeving met zo'n 5 procent. Ook blijkt dat door de ligging aan de rand van het centrum bezoekers lopend naar de binnenstad blijven trekken. Dergelijke argumenten gaan echter niet op voor Bleizo.

Een ander neveneffect van outlets is de economisering van de zondag. Outlets zijn immers zeven dagen per week open en 's zondags wordt de meeste omzet gerealiseerd. Om niet nog meer omzetverlies te lijden, voelen winkeliers in het centrum van Roermond zich gedwongen 'mee te doen', ondanks de hoge werkdruk, de hoge kosten (zondag moet meer per uur worden betaald) en de negatieve effecten op het privéleven. Het lijkt onmogelijk voor de kleine winkeliers om te concurreren met de outlets.

Ook leert de ervaring dat om aantrekkelijk te blijven relatief kleine outletcentra (20 duizend m²) op korte termijn moeten uitbreiden en dat er in de gemeente doorlopend evenementen moeten worden georganiseerd. Dat drijft de kosten op, zeker voor de zelfstandigen, maar ook voor de gemeenschap als geheel.

De ironie is dat het concept van outlets de (kleinere) detailhandel buitenspel zet en dat deze winkeliers daarnaast grote nadelen ondervinden, zoals de praktische dwang tot koopzondagen en de dalende omzet, met alle gevolgen van dien. En het treft juist winkelbedrijven die ook al te maken hebben met de negatieve effecten van internetverkoop.

Het lijkt nog ver weg: uitgestorven binnensteden met dichtgetimmerde winkels en no-go-areas zoals in sommige Britse en Amerikaanse steden. Toch zou het weleens dichterbij kunnen zijn dan wij thans

vermoeden. Outletcentra vertegenwoordigen een nieuwe fase in de schaalvergroting van de detailhandel en zetten het traditionele midden- en kleinbedrijf verder onder druk. Voortgaande ontwikkelingen kunnen er uiteindelijk toe leiden dat het midden- en kleinbedrijf uit de detailhandel verdwijnt en daarmee ook de expertise, het vakmanschap en de menselijke maat.

Bovendien zal dit ten koste gaan van de leefbaarheid in onze steden. Dit is een te hoge prijs.

”Met het midden- en kleinbedrijf verdwijnen ook expertise, vakmanschap en de menselijke maat

Raymond Gradus is directeur Wetenschappelijk Instituut van het CDA.

Brigitte Bauer is hoogleraar aan de universiteit van Texas.,,