

Vergaderjaar 2014–2015

**27 838**

**Detailhandel**

**Nr. 12**

## **BRIEF VAN DE MINISTER VAN ECONOMISCHE ZAKEN**

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 10 oktober 2014

De detailhandel is een van de belangrijke economische sectoren in ons land. Winkels bieden werkgelegenheid aan bijna 800.000 mensen, waaronder veel jongeren die er hun eerste werkervaring op doen. Daarnaast vormen winkels het hart van de binnensteden en zijn ze een belangrijke factor voor de aantrekkelijkheid, vitaliteit en leefbaarheid van steden en dorpen.

Delen van de detailhandel zijn hard getroffen door de crisis. Het aantal faillissementen in de detailhandel neemt toe. In 2013 gingen 915 bedrijven failliet, een toename van 21% ten opzichte van 2012. De leegstand van winkelpanden was in 2013 10% groter dan het jaar er voor. De bodem lijkt nu echter in zicht. Voor het eerst sinds drie jaar zien we weer een stijging van de omzet in de retailsector (+1 % in het tweede kwartaal van 2014). Deze omzetsijging was met name te zien bij winkels in voedings- en genotmiddelen.

### *Structurele veranderingen*

Het is duidelijk dat de sector te maken heeft met structurele veranderingen in het consumentengedrag en de snelle groei van online winkelen. In de eerste helft van dit jaar steeg het totaal online bestede bedrag met 6% ten opzichte van 2013. Daarbij stelt de consument andere eisen en het aanbod wordt door internet transparanter. Ook komen er steeds meer internationale spelers in de markt, zowel fysieke ketens als online winkels. Tenslotte is de behoefte aan winkelruimte veranderd waardoor in sommige winkelgebieden (structurele) leegstand ontstaat.

Ik zie echter ook kansen voor de detailhandel om zich in de komende tijd te versterken. Daarvoor zijn drie thema's van belang.

## **1. Verbeteren fysieke omgeving winkels**

Winkeliers, vastgoedeigenaren, gemeenten en provincies hebben belang bij sterke winkelgebieden waar klanten graag komen en ondernemers geld kunnen verdienen. Hiervoor is een goede logistieke infrastructuur nodig en flexibiliteit van de gebruiksfunctie van panden. Gemeenten en provincies, die verantwoordelijk zijn voor de ruimtelijke ordening, moeten daarom inspelen op de veranderende behoefte aan winkelpanden.

Het afgelopen jaar is onder regie van de Winkeltop, een nationaal platform waarbij belanghebbenden van winkelgebieden zijn aangesloten, een start gemaakt met een gezamenlijke aanpak van de uitdagingen in het veranderende winkellandschap. Detailhandel Nederland en het G32 stedennetwerk hebben als onderdeel van deze aanpak de publicatie «Winkelgebied van de toekomst» uitgebracht met handelingsperspectieven voor betere publiek-private samenwerking. Ook hebben zij congressen en leerkringen voor gemeenten georganiseerd. Ikzelf heb naar aanleiding van een motie van uw Kamer<sup>1</sup> het Planbureau voor de Leefomgeving gevraagd om een analyse te maken van de huidige staat van het leefklimaat, het vestigingsklimaat, de economische structuur en het voorzieningenniveau van onze binnensteden. Daarbij wordt zowel gekeken naar toekomstige kansen als naar belemmerende factoren en regelgeving.

Ik verwacht dat het PBL dit rapport eind 2014 oplevert.

## **2. Online kansen**

Uit het Shopping 2020 onderzoeksprogramma blijkt dat experts verwachten dat in 2020 36% van de aankopen online gedaan zal worden (ten opzichte van 17% in 2012). Consumenten zelf verwachten dat zij in 2020 50% van hun aankopen via internet doen.

De veranderende behoefte van de consument en de online ontwikkelingen vergen aanpassing van de detailhandel, maar bieden ook kansen. Zo steeg het aantal banen bij webwinkels van 14.000 in 2007 tot ruim 35.500 in 2013 (bron: ING). Door maatwerk te leveren en de export naar het buitenland te vergroten kan de sector de nieuwe kansen verzilveren. De Nederlandse detailhandel heeft een sterke uitgangspositie, met goed opgeleid personeel, een excellente(ICT)infrastructuur en kwalitatief hoogwaardige producten.

## **3. Meer ruimte om te ondernemen en innoveren**

Om succesvol in te kunnen spelen op de nieuwe ontwikkelingen moeten bedrijven in de detailhandel wendbaar en innovatief zijn. Dat is in de eerste plaats de verantwoordelijkheid van de ondernemers zelf. Het is aan de overheid ervoor te zorgen dat ondernemers niet worden gehinderd door onnodige regelgeving. Daarnaast kan de overheid een rol spelen bij het verbeteren van toegang tot financiering en bij het verbeteren van ondernemersvaardigheden.

Bedrijven in de detailhandel maken intensief gebruik van diverse financieringsregelingen van de overheid, zoals de BMKB-regeling en Qredits.

De afgelopen jaren heb ik gewerkt aan het verbeteren en verruimen van de bestaande financieringsmogelijkheden.

---

<sup>1</sup> Verhoeven (Kamerstuk 33 750-XIII, nr. 29)

In de begroting voor 2015 heb ik nog eens € 100 mln. beschikbaar gesteld voor het mkb. Ook is de kredietlimiet van Qredits verhoogd naar € 150.000, hetgeen de detailhandel ten goede komt.

Om ondernemersvaardigheden te versterken is de Kamer van Koophandel dit najaar gestart met een campagne voor ondernemers in de detailhandel. Door het aanbieden van relevante informatie en inspirerende voorbeelden op Ondernemersplein.nl, de inzet van de Ondernemersdesk (telefonische helpdesk) en het organiseren van (online) bijeenkomsten worden ondernemers die willen groeien ondersteund. Doelstelling van de campagne is om voor het eind van het jaar in totaal 30.000 ondernemers te bereiken.

### *Retailagenda*

Om de detailhandel klaar te stomen voor de toekomst worden dus al de nodige stappen gezet. Deze aanpak kan nog verder worden versterkt door een meer integrale werkwijze. Voor het realiseren van de noodzakelijke veranderingen in de sector hebben de verschillende partijen elkaar nodig en moeten zij bereid zijn om over grenzen heen te stappen.

Daarom heb ik het initiatief genomen om met de betrokken partijen een Retailagenda op te gaan stellen. Het doel van de Retailagenda is met elkaar acties te ondernemen die nodig zijn om van de detailhandel een gezonde, vernieuwende en kansrijke sector te maken. De Retailagenda moet aansluiten op lopende initiatieven en zal deze versterken en waar mogelijk versnellen.

Vandaag heb ik samen met de belanghebbenden van de sector het startsein gegeven voor een intensief traject om op korte termijn scherper inzicht te krijgen in de problemen die in de sector spelen en in de mogelijke oplossingen daarvoor. Ik heb mevrouw Marijke van Hees gevraagd het voorzitterschap op zich te nemen. Alle aanwezigen hebben het belang van het initiatief onderstreept en hun bijdrage toegezegd. Het is onze ambitie om in januari 2015 de Retailagenda vast te stellen. Ik zal uw Kamer te zijner tijd over de uitkomsten informeren.

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