

Weer druk in Bossche winkelstraten, maar het is niet alleen hosanna: laagste aantal winkels sinds 2006

DEN BOSCH - Bossche winkeliers zetten zichzelf deze dagen in het zonnetje met de Week van de Stenen Winkel. Volle winkelstraten zijn onmisbaar voor een leuke en levendige stad. Maar hebben ondernemers na twee jaar corona reden tot een feestje?

Joep Dorna 11-05-22

„Elke klant maakt mijn droom waar”, vertelt Jacobien Overeem van de Orthense kledingzaak Bien. Daarom helpt ze iedereen die binnenkomt met volle overgave. „Het is voor mij elke keer weer een feestje als klanten bij mij binnenlopen. En ik wil niet opscheppen, maar voor veel van mijn klanten voelt dat ook zo. Sommigen zeggen: het voelt echt als een uitje om hier te shoppen.”

Ze vormen het hart van de Bossche winkelstad: winkeliers met liefde voor de klant. Niet blijft de stad door hen levendig, ook zijn ze economisch van belang: ze brengen geld in het laatje voor de lokale economie en zorgen voor werkgelegenheid. „Bij een stad zonder winkels kan ik me niks voorstellen”, zegt Overeem.

Op de fles

Maar in coronatijd hadden lokale winkeliers het zwaar. Door de vele maatregelen moesten winkels langere tijd hun deuren sluiten of mochten ze beperkt openblijven. Veel van hen hadden overheidssteun nodig om op de been te blijven. Nu de coronacrisis grotendeels voorbij is, lijkt het weer druk in de Bossche winkelstraten. Hebben winkeliers weer de weg omhoog gevonden?

„Daar ben ik niet zo zeker van”, zegt Monique de Kleijn van ondernemersvereniging Hartje Den Bosch. Ja, erkent ze, het is weer druk in de Bossche winkelstraten. De omzetten zijn weer op peil. Tegelijkertijd ziet ze grote zorgen bij haar achterban over nieuwe problemen: de schaarste op de arbeidsmarkt, prijsstijgingen vanwege de oorlog in Oekraïne en de altijd hoge huurprijzen. „Ook moeten veel winkels binnenkort een deel van de overheidssteun terugbetalen. Ik maak me zorgen dat veel winkels, die daardoor op de been zijn gehouden, alsnog in de problemen komen.”



Overeem van Bien helpt een klant © copyright Marc Bolsius

Hosanna

Ook cijfers laten zien dat het niet alleen hosanna is in de Bossche winkelstraten. Volgens het CBS zijn er in Den Bosch nog 885 winkels - het laagste aantal sinds 2006. Tien jaar geleden had de gemeente nog honderd winkels méér. De leegstand van winkelpanden laat een gemengd beeld zien. Na een stijging stond vorig jaar weer minder winkelruimte in de Bossche binnenstad leeg.

„Dat valt wel te verklaren, want veel winkelpanden krijgen een andere bestemming”, reageert De Kleijn. „Kijk naar de panden in de Vugtherstraat

of het einde van de Hinthamerstraat. Die worden nu vaak verbouwd tot woningen, terwijl er eerst een winkel in zat.”

Marges

In coronatijd hadden winkeliers te maken met felle concurrentie van webwinkels, die online uiteraard open bleven. Waar voorheen zo'n een op de tien aankopen online werd gedaan, nam dat in coronatijd toe naar 15 procent.

Maar volgens retailexpert Hans van Tellingen, auteur van het boek *Waarom stenen winkels winnen*, is aan die stijging een einde gekomen. Hij ziet een zonnige toekomst voor de winkelstraten, omdat consumenten die weer als vanouds weten te vinden. „Ze zijn terug van nooit weggeweest. Je ziet dat stenen winkels na corona ongelofelijk herstellen.”



Winkelend publiek in de binnenstad van 's-Hertogenbosch © Olaf Smit

Dat blijkt wel uit het feit dat steeds meer webwinkels zich in de binnenstad vestigen. Zo zit brillenmerk Ace & Tate alweer enige tijd in de Fonteinstraat en opent electronicagigant Coolblue binnenkort een winkel op het Burgemeester Loeffplein, bij de oude locatie van de Kijkshop. „Die hebben

ook ontdekt hoe waardevol de binnensteden zijn. Online draaien de meeste merken met verlies. De kosten van het verzenden en retourneren zijn namelijk enorm, maar de marges zijn klein.”

Ondanks zijn positieve boodschap waarschuwt Van Tellingen ervoor dat niet elke stenen winkel zal overleven. „Al is de succesformule nooit anders geweest: je moet je klanten in de watten leggen. Niets vervangt fantastische service in de winkel, liefde voor het product en een mooie glimlach.”

Door het dak

Bij Orthense Bien was dat al jarenlang de praktijk. Toch gaan sinds de coronacrisis de verkopen door het dak. Veel klanten hebben waar winkel ontdekt doordat Overeem veel actiever is op sociale media. „Ik heb een nieuwsbrief, houd mijn Facebook bij en ben zelfs gaan vloggen. Dat werkt onwijs goed.” Voor Overeem was het een les: als winkelier is internet niet je vijand. „Je moet de schaamte voorbij, maar dan is het resultaat ernaar.