

Het effect van de coronacrisis op het huurprijsmodel van de toekomst

Door voortdurend te investeren in de winkelformule en het winkelpark, is Hans Anders al bijna 40 jaar een stabiele business partner voor verhuurders van winkellocaties. Sanne Oosterhoff, Group Operations Director, vertelt in Vastgoedmarkt hoe de Hans Anders Retail Group samen met verhuurders tijdens de eerste lockdown tot constructieve oplossingen is gekomen en wat volgens hem het effect van de crisis is op het huurprijsmodel in de toekomst.

Hoe is Hans Anders omgegaan met huurbetaling in coronatijd?

‘Tijdens de eerste lockdown hebben we net als andere retailers de huurbetaling stopgezet. Daarna zijn we direct met alle verhuurders een gesprek aangegaan. Ons streven was constructief overleg met begrip over en weer.’

Ons streven tijdens de eerste lockdown was constructief overleg met verhuurders, met begrip over en weer

— Sanne Oosterhoff, Group Operations Director Hans Anders Retail Group

Hoe constructief waren die gesprekken?

‘Dat verschilde. Met kleine en middelgrote particuliere beleggers lukte het vrij goed om afspraken te maken. In ruil voor huurkorting braken we contracten open en spraken we nieuwe termijnen af. Bij de allerkleinste beleggers, zeg maar de gepensioneerde groenteboer voor wie de huur een aanvulling op de AOW is, hebben we gewoon doorbetaald. Er zitten ook partijen bij die zelf een retailonderneming hadden gehad. Die konden zich goed in ons verplaatsen. Uit zichzelf zeiden ze: we snappen het, betaal maar twee maanden niet.’

Waren de gesprekken met grote verhuurders niet constructief?

‘Onze ervaring met grotere internationale spelers is inderdaad anders. Het kwam voor dat we vijf jaar moesten verlengen voor één maand huurkorting. Dat vind ik een soort wanverhouding. En wanneer we toch afspraken dachten te hebben gemaakt, kwamen we in de nieuwe overeenkomsten soms clausules tegen waar we het niet over hadden gehad. Bijvoorbeeld een renovatieclausule waarin we volledig afstand deden van elk recht op tegemoetkoming wanneer een winkelcentrum zou worden vernieuwd. Hard onderhandelen prima, maar ik vind het prettig als dat met open vizier gebeurt.’

Wat is het resultaat van jullie onderhandelingen over huurbetaling in coronatijd?

‘Primair hebben we een aantal contracten met een enkele maand verlengd in ruil voor een bepaalde korting. Maar vanuit vertrouwen in de toekomst hebben we vooral veel huurovereenkomsten opengebroken. Vaak hebben we die voor vijf jaar verlengd met een break-optie na één of twee jaar. Omdat we voeling houden met de markt en de waarde van een locatie. Nieuw in de contracten is ook een coulantiebepaling. Als zich nog eens een onvoorziene omstandigheid zoals de coronacrisis voordoet, gaan we op een constructieve manier in gesprek, maar zonder resultaatverplichting.’

Hoe ontwikkelden zich de huurprijzen die jullie betalen?

‘Die zijn gemiddeld 20 à 30 procent gedaald bij overeenkomsten die we hebben opengebroken. Dan heb ik het over centra van grote en middelgrote steden. In wijkwinkelcentra zien we die daling niet in die mate. Dat zijn de winnaars van de coronacrisis omdat nabijheid telt. In een plaats als Veenendaal kun je de verschuiving goed zien. Onze omzet steeg fors in het kleinere wijkwinkelcentrum Ellekoot, maar daalde hard in Corridor, een groot winkelcentrum met regiofunctie waar mensen vóór de coronacrisis nog 20 minuten voor reisden.’

Wat valt je het meest op na 1 jaar corona?

‘Ondanks de steunmaatregelen van de overheid wordt de leegstand in winkelstraten zichtbaar. Dat vind ik zorgelijk, want een aanzienlijk deel van de non-food gaat niet terugkomen. De coronacrisis heeft een blijvende verandering in gang gezet. Mensen gaan niet meer zomaar een half uur in het openbaar vervoer zitten om te winkelen.’

Welk effect heeft het wegvallen van bezoekers op de huurprijzen die Hans Anders wil betalen?

‘We waren al een discussie aangegaan over huurprijzen op basis van passantenaantallen en die vinden we nu ontzettend relevant. Hans Anders valt onder de essentiële winkels en was dus ook tijdens de tweede lockdown open. Alleen is 95 procent van de bezoekers van stadscentra weggefallen. Wat je op zulke locaties hebt, is een open winkel in een spookstraat. Dat doet pijn. Gelukkig hebben we geïnvesteerd om zelf een klantenstroom op gang te brengen. Het klantcontactcentrum is fors vergroot en we hebben nieuwe instrumenten geïntroduceerd om klanten via gerichte marketing en afspraken zo goed mogelijk in onze winkels van dienst te zijn. Door die veranderingen zie ik nog sterker de onevenwichtigheid in de huurcontracten voor een deel van onze locaties. We genereren en bekostigen zelf onze bezoekersstroom, maar betalen voor een passantenstroom die er bijna niet is.’



Opening Hans Anders Utrecht Hoog Catherijne, december 2019

Is het met dat afsprakenmodel nog nodig in binnensteden te zitten?

‘Dat wel. De bril wordt ook steeds meer een modeartikel. We willen dus ook de klanten blijven zien, die na het kopen van kleren spontaan bij ons terecht komen voor het bijpassende montuur.’

Hoe ziet Hans Anders het huurprijsmodel dan voor zich?

'Over een paar jaar zijn er in de non-food meer webshops dan fysieke winkels. Om mensen naar winkelgebieden te halen zul je moeite moeten doen. Het beloningsmodel moet daarmee overeenstemmen. Op internet kun je betalen voor het bezoek dat voor jouw website gegenereerd wordt. Wij vinden het logisch om dat ook te doen voor onze winkels. Verhuurders hebben invloed op de aantrekkingskracht van een winkelgebied. We willen betalen voor de prestatie die ze leveren.'

Was die passantenstroom al inzet van de onderhandelingen over huurkorting in coronacrisis?

'We hebben 230 verhuurders in Nederland. Tijdens de coronacrisis ben ik er niet op uitgetrokken om met iedereen over de voorwaarden te onderhandelen. Passantenuur is wel onderwerp van gesprek met grote beleggers na afloop van een huurtermijn.'

Hoe wil je de huurprijs bepalen?

'We willen de huur niet meer voor vijf jaar vastzetten. Eens in de paar jaar bespreken we de resultaten met de verhuurder en bekijken we of de prijs marktconform is. Wat ons betreft wordt dat echt geen race naar de bodem. We gaan niet steeds zeggen dat er 20 procent af moet. Maar verhuurders moeten wel leveren. Hoe krachtiger een centrum, hoe meer een vastgoedbelegger krijgt.'



Sanne Oosterhoff, Group Operations Director Hans Anders Retail Group

Hoe wil je de prestaties van de verhuurders meten?

‘We overwegen om de passantenstromen te laten meten. Zelf weten we al welk aandeel van de passanten onze winkels binnenloopt.’

Verwacht je dat verhuurders jullie prestatie-model omarmen?

‘Het is geen eenrichtingsverkeer. We hebben ook wat te brengen. Als wij met een goed huurniveau op de goede plek zitten, kunnen we een commitment afgeven. Maar het zal misschien wennen zijn. Wij zien de huidige huurprijzen niet als een verworven recht van de verhuurder. Door marktontwikkeling en inflatie werden winkels voor gebruikers steeds wat duurder. In een gezonde markt moet de weg naar beneden er ook inzitten.’

OVER HANS ANDERS

Hans Anders is de één van de bekendste optische retailers en volume-marktleider in Nederland en België. De keten maakt **oog- en hoorzorg** van goede kwaliteit betaalbaar voor iedereen. De keten is opgericht in 1982 en is een toonaangevende, **value-for-money** retailer met meer dan 400 winkels in Nederland en België.

40 jaar geleden transformeerde Hans Anders de optieksector in Nederland door het radicaal anders te doen en kwaliteitsbrillen voor verbazend lage prijzen te introduceren. Het bedrijf veroorzaakte daarmee een revolutie in de brillenmarkt. Tegenwoordig biedt Hans Anders een scala aan private label en merkbrillen, hoortoestellen, contactlenzen en zonnebrillen van hoge kwaliteit en vakkundige oog- en hoorzorg; nog altijd tegen de beste prijzen in de markt.

Maar liefst één op de drie brillen in Nederland en België is gekocht bij Hans Anders. Het bedrijf was én is toonaangevend in propositie ontwikkeling: het aanbieden van hoortoestellen naast brillen en lenzen, het unieke Bril Totaal Plan, de eerste brillen webshop. Anno 2021 is Hans Anders koploper in digitalisering en omnichannel-retail. Zo houdt Hans Anders zijn disruptieve heritage met méér dan 400 winkels in Nederland en België springlevend.



Hans Anders