

LEXENCE

MARIEKE VAN SCHIE, advocaat en partner  
TOMAS STEENMETSER, advocaat en partner

# OMZETHUUR & DE LOCAL HERO

Lexence is een advocaten- en notariskantoor dat is gespecialiseerd in ondernemings- en vastgoedrecht. Huurrecht, ruimtelijke ordeningskwesties, vergunningen, projectontwikkeling, allemaal zaken waar Lexence prima mee uit de voeten kan.

Gevestigd in Infinity in Amsterdam, voorheen ook wel de Schoen of Klapschaats genaamd. Marieke van Schie en Tomas Steenmetser zijn beiden advocaat en partner bij Lexence. Van Schie en Steenmetser werken vooral voor beleggers. Beiden vinden het jammer dat de Retailagenda uit 2015 van Economische Zaken op het gebied van het huurrecht niet meer heeft opgeleverd.

**H**et doel van het nog altijd lopende programma is het toekomstbestendig en aantrekkelijk maken van winkelgebieden in kernen en steden. **Van Schie:** 'Je hebt in dit tijdsgewricht creatieve en verrassende instrumenten nodig om het winkellandschap aantrekkelijk te houden want de winkelstraat heeft het zwaar en er zijn nog steeds veel faillissementen. Op dat vlak lag er een kans om via de Retailagenda meer beweging in het winkellandschap te krijgen. De overheid, verhuurder en huurder zouden elkaar ook beter kunnen ondersteunen. Maar dit onderdeel van de Retailagenda is uiteindelijk niet van de grond gekomen, een gemiste kans.'

## VARIATIE EN BELEVING

'Met standaard winkelcentra zoals je die in veel steden hebt kom je er niet meer', zegt **Steenmetser.** 'Als je die ziet begrijp je onmiddellijk waarom internet een geduchte concurrent is geworden. Als je aantrekkelijke winkelgebieden wilt creëren, heb je veel meer variatie en beleving nodig. Je hebt, los van supermarkten, publiekstrekkingen nodig. Maar hoe geef je dat vorm? Nu trapt de overheid naar onze smaak nog te vaak op de rem. Het zou wenselijk zijn als de overheid als bestuurder ook wil meehelpen aan de verbetering van

het winkellandschap. De kapper die een glaasje wijn wil schenken levert doorgaans verkrampte reacties op. Ook zagen tot voor kort veel gemeenten parkeren vooral als *cashcow*. Gelukkig zijn steeds meer gemeenten ervan doordrongen dat de eerste twee uur gratis parkeren helpt bezoekers te trekken bij een winkelcentrum.'

## FLEXIBILITEIT

**Van Schie:** 'daarnaast is het voor een belegger belangrijk dat deze kan ingrijpen en bijsturen als dat nodig is. Veel meer flexibiliteit dus. Je wil die *local hero*, bijvoorbeeld een mooie boekwinkel,- graag hebben voor de variatie in je winkelcentrum. Maar die kan de huur daar eigenlijk niet opbrengen. Hoe pak je dat aan? Met een lagere huurprijs voor alleen die boekwinkel? In het huidige wettelijke systeem heeft dat gelijk gevolgen voor de huurprijsaanpassing van andere winkels ter plaatse. Dat zou anders in de wet geregeld moeten worden. Denk verder ook aan leegstandsbeheer. Als er leegstand in een winkelstrip of winkelcentrum is, kan het verstandig zijn om huurders te verplaatsen om bijvoorbeeld grotere winkels te creëren voor een passende, aantrekkelijke huurder. Daar profiteert iedereen van. Begrijp ons goed; het is zeker niet de bedoeling dat de verhuurder de macht heeft om huurders 'zo maar' voor een voldongen feit te



plaatsen. Die moeten natuurlijk bij de verplaatsing een vergoeding krijgen. Het gaat erom dat iedereen er beter van wordt, omdat er veel meer mogelijkheden ontstaan om winkelgebieden aantrekkelijker te maken. In nieuwe huurcontracten kun je proberen die flexibiliteit op te nemen. Maar het zou veel beter zijn als een dergelijke flexibiliteit in de wet wordt verankerd. Daar is wel een wetswijziging voor nodig. Wat ons betreft ligt hier echt een taak voor de wetgever.'

## OMZETHUUR

Gelukkig zijn er wel mogelijkheden om winkelvastgoed flexibeler te managen. **Steenmetser:** 'Wat je nu ziet opkomen is omzethuur. Veelal een basishuur, met daarbovenop een percentage van de omzet. Daarvoor heb je vaak uitgebreide bepalingen in het huurcontract nodig. Je ziet omzethuur vooral in winkelgebieden met een of twee grote verhuurders. Je hebt er niet alleen als huurder, maar ook als verhuurder voordeel van. Ook omdat je veel meer saamhorigheid creëert, echt samen optrekt. Dat vergt overigens ook transparantie. Daar is men ten onrechte huiverig voor. In andere landen is dat overigens heel gebruikelijk. Omzethuur is een prima instrument om winkelgebieden verder te verbeteren.'

## Wat is je favoriete retailmerk?

Tomas Steenmetser: 'Linnen overhemden van Ralph Lauren.'

Marieke Van Schie: 'Ik draag graag jurkjes van LaDress.'

## Welk retailmerk heeft volgens jou beste strategie online en offline?

Steenmetser: 'Ikea vind ik heel herkenbaar en daarmee sterk. De Bijenkorf heeft het ook heel goed voor elkaar. Een beperkt aantal vestigingen en een webshop die daar mooi bij aansluit.'

Van Schie: 'Voor mij springt Coolblue er uit. Gemak via de website, goede informatie in de winkel en goede service.'

## Wat zijn jouw top drie winkelsteden?

Steenmetser: 'Amsterdam staat ver bovenaan, maar natuurlijk ook omdat ik in de buurt woon. En vervolgens kan ik alle grote steden in Europa wel noemen.'

En natuurlijk New York.'

Van Schie: 'Amsterdam staat met stip boven aan vanwege de combi van winkelen en een aantrekkelijke en historische omgeving. Zutphen is klein maar fijn en natuurlijk gaat er niets boven Groningen.'

## Wat zijn jouw top drie winkelcentra?

Steenmetser: 'Ik vind het Gelderlandplein in Amsterdam heel erg prettig en het Stadshart Amstelveen. En vergeet straks de Amsterdamse Poort niet. Dat wordt heel goed vertoeven daar.'

## Wat zijn je favoriete F&B concepten?

Steenmetser: 'Ik kies dan waar mijn kinderen naartoe willen als wij wat te vieren hebben; biefstukrestaurant Loetje of sushi's bij Tanuki op het Gelderlandplein.'

Van Schie: 'Mijn dochter werkt bij Bagels & Beans. Een aardig concept waar ik nu wat vaker kom.'