

Retailparken blijven het opvallend goed doen: 'Massa is kassa'

Ade Kauffeld | Gepubliceerd: 23 jun. 2026



Foto: PixelBiss / Shutterstock.com

Nederlandse retailparken blijven het opvallend goed doen, ondanks de faillissementen van onder meer Carpetright, Blokker, Big Bazar en BCC.

De leegstand op retailparken ligt begin 2026 op 4,4 procent, lager dan de totale winkelleegstand van 5,5 procent. Van de 194 grootschalige retailparken zijn er 73 zonder leegstaande unit, terwijl 141 gebieden onder het frictieniveau blijven.

Dat blijkt uit het rapport *Stabiliteit in Nederlandse Retailparken* van vastgoedadviseur CBRE.

Vruchten plukken

De lage leegstand van retailparken is terug te voeren op de coronapandemie, stelt Robin

van Westbroek, co-oprichter van vastgoedadviseur Creating Retail Parks. 'De coronapandemie heeft ervoor gezorgd dat hier heel veel winkelruimte is opgenomen', zegt Van Westbroek. 'In die tijd is iedereen gaan shoppen bij bouwmarkten en woonwinkels. Geld dat normaal aan vakanties of horeca werd uitgegeven, werd toen aan het huis besteed.'

Het gevolg is dan ook dat retailers hun omzetten zagen stijgen. 'En ze wilden allemaal zo snel mogelijk winkels toevoegen. Daar plukken we nu nog steeds de vruchten van, omdat er daardoor minder leegstand is', aldus Van Westbroek.

Wonen

Opvallend is dat de vraag naar retailparken aanhoudt. 70 procent van het vloeroppervlak op retailparken bestaat uit winkels in wonen en wooninrichting, schrijft CBRE. De vastgoedadviseur verklaart die aanhoudende vraag onder meer door het hoge aantal verkochte woningen. In 2025 werden volgens CBRE 239.000 woningen verkocht, wat in combinatie met de stijgende koopkracht en huishoudensgroei leidt tot extra bestedingen aan onder meer vloeren, keukens, meubels en witgoed.

Professionalisering van retailparken

Het landschap van retailparken is dan ook aan het professionaliseren, stelt Van Westbroek. 'Er zijn een aantal formules vanuit België naar Nederland gekomen. De keerzijde daarvan is natuurlijk wel – dat hebben we allemaal kunnen zien – dat een Carpetright of een BCC uit de boot vallen.' Toch heeft dat de retailparken volgens hem niet veel slechts gedaan. 'Je ziet dat de oude winkels van Carpetright snel worden opgenomen. Dat heeft te maken met dat deze winkels grofweg tussen de 500 en 1.000 m2 vloeroppervlak op de begane grond tellen, en dat is precies de *sweetspot*.'

CBRE ondersteunt deze uitspraak. Sinds oktober 2025 zijn 68 voormalige Carpetright-winkels op retailparken vrijgekomen en circa de helft daarvan vond binnen zeven maanden een nieuwe huurder, schrijft de vastgoedadviseur.

Omnichannel-winkels

Ook onlinetailers zien het belang in van fysieke winkels. 'Coolblue heeft ooit gezegd dat klanten de mogelijkheid moeten hebben om bij hem een steen door de ruit te gooien als ze niet tevreden zijn', vertelt Van Westbroek. Zijn vrije vertaling is dat juist onlinetailers fysieke winkels willen openen. Niet alleen voor de extra omzet, maar ook om het vertrouwen van de consument te winnen.

CBRE schrijft in het rapport eveneens dat de huurdersmix diversifieert. Naast woonwinkels en bouwmarkten vestigen steeds vaker discounters, fitnessconcepten, leisurepartijen en click-and-collectformules op retailparken.

Goed wordt beter, slecht wordt slechter

Volgens Van Westbroek groeit het verschil tussen sterke en zwakke retailparken. 'Wat goed is, blijft goed. Daar zie je de prijzen per vierkante meter ook stijgen. Wat slecht is, blijft slecht of wordt zelfs heel slecht.' Volgens hem draait het daarbij vooral om bezoekersstromen. 'Passanten zijn klanten, massa is kassa. Je kunt niet meer winnen met alleen advertenties of alleen verkoop via internet. Alles moet kloppen.'

Retailers kiezen daarom liever voor locaties met veel bezoekers en publiekstrekkers, omdat daar meer kans is op impulsaankopen en klantvertrouwen. Een retailpark met 5 miljoen bezoekers per jaar is volgens Van Westbroek aantrekkelijker dan een eenzijdige woonboulevard met 200.000 bezoekers, al blijft er volgens hem voor beide typen locaties een markt.