

de fouw



## Marketing in het winkelcentrum

**T**ussen verhuurder en huurders in winkelcentra bestaat vaak discussie over de juiste wijze van het maken van promotie in het winkelcentrum.

Huurders in een winkelcentrum dienen doorgaans op grond van de huurovereenkomst een promotiebijdrage aan de verhuurder te betalen. Vaak gaat het om een jaarlijks bedrag gedurende de looptijd van de huurovereenkomst, met een jaarlijkse indexerings. De verhuurder zorgt dan, vaak in overleg met de winkeliersvereniging, voor de promotionele activiteiten binnen het winkelcentrum. De discussies ontstaan vaak indien er verschil van mening bestaat over de aanwending van het promotie budget (wordt het een traditionele paashaas of een internetcampagne) en als de promotiekosten tussentijds verhoogd worden. In het ROZ-model van 2012 is een aantal bepalingen gewijd aan de promotiebijdrage.

**Z**o is in artikel 6.1 van het ROZ-model geregeld dat de verhuurder een promotiebijdrage in rekening mag brengen en die tevens mag indexeren. In artikel 6.2 is bepaald dat de verhuurder de promotiebijdrage jaarlijks opnieuw mag vaststellen. Hij dient dan wel eerst overleg te hebben met de winkeliersvereniging of een andere collectiviteit dan wel bij het ontbreken daarvan met de huurder. Het is derhalve van belang voor een huurder om zich aan te sluiten bij de winkeliersvereniging of een andere collectiviteit, als deze aanwezig is, teneinde invloed uit te kunnen oefenen op de hoogte van de promotiebijdrage. Ook voor een grote huurder (ketenbedrijf), die soms niet zit te wachten op een lidmaatschap van de winkeliersvereniging, is dit derhalve belangrijk.

In de algemene bepalingen is nog een aantal aanvullende bepalingen ten aanzien van de promotiebijdrage opgenomen (artikel 8.1 tot en met 8.3), waaruit tevens het belang van lidmaatschap van de winkeliersvereniging (of een andere

collectiviteit) volgt. Zo is de verhuurder op grond van artikel 8.1 verplicht het bedrag aan te wenden voor promotionele activiteiten en op eerste verzoek van huurder inzage te verstrekken in de wijze van aanwenden van dit budget.

**A**ls een huurder meent dat er onvoldoende promotionele activiteiten door de verhuurder worden verricht, is het belangrijk daartegen tijdig te klagen. Ook is het van belang dat huurder vergaderingen en bijeenkomsten aangaande de promotie bijwoont zodat hij zijn invloed op de wijze van promotieactiviteiten kan uitoefenen, wil hij met recht actie kunnen ondernemen tegen de verhuurder. Dit volgt uit een uitspraak van de kantonrechter te Almere d.d. 19 augustus 2015 (ECLI:NL:RBMNE:2015:6082) waarbij de huurder de verhuurder verweet dat onvoldoende promotionele activiteiten in het winkelcentrum werden verricht en de verhuurder om die reden volgens huurder toerekenbaar tekort was geschoten jegens huurder. De kantonrechter oordeelde dat vanwege de omstandigheid dat de huurder nimmer aanwezig was geweest bij vergaderingen of andere bijeenkomsten aangaande de promotie en de huurder ook niet eerder had geprotesteerd tegen de wijze waarop de verhuurder uitvoering had gegeven aan de promotieactiviteiten, niet geconcludeerd kon worden dat sprake was van een toerekenbare tekortkoming zijdens verhuurder.

**K**ortom; als door de huurder een promotiebijdrage verschuldigd is aan de verhuurder, is het als huurder van belang om invloed uit te oefenen op de promotionele activiteiten en de hoogte van de bijdrage. Gebeurt dit niet dan is achteraf klagen over de aanwending van het promotiebudget erg moeilijk. ←

ANNELOES DE FOUW  
BRICKS ADVOCATEN, AMSTERDAM

