

Bricks Advocaten is gespecialiseerd in het adviseren van cliënten op het gebied van huurkwesties. Anneloes de Fouw: 'Zo'n tachtig procent van ons werk heeft betrekking op huurkwesties voor winkelunits in winkelcentra. Voor het overige betreft het dan solitaire winkelpanden en andere zaken. Twee heikele punten zijn dan de servicekosten en de promotie- of marketingkosten. Je ziet momenteel dat de grote ketens óf geen

Als je transparant bent over de kosten, heb je al veel minder problemen

bij als het budget door de eigenaar of beheerder wordt besteed. Als dat volgens een plan gebeurt – een plan waar de ondernemers in het collectief wel bij betrokken zijn – en onder verantwoording van de uitgaven, dan heeft het ketenbedrijf daar niet zoveel moeite mee.'

'Anders is het wanneer een minder goed georganiseerde ondernemersvereniging zomaar wat doet en ook geen goede verantwoording kan afleggen. In dat soort verenigingen ervaart het ketenbedrijf dat hun

De juridische kant van marketing

promotiekosten, of een gefixeerd bedrag per jaar willen overeenkomen. Geen bijdrage doen, dat ligt toch wel erg gevoelig. Maar een gefixeerd bedrag voor de looptijd van de huurperiode wordt wel vaak afgesproken. Dit dan wel met een jaarlijkse indexering.'

Waarom maken die ketens hier zo'n punt van? 'Men wil gedurende de looptijd van een huurcontract niet verrast worden door een tussentijdse verhoging van de promotiebijdrage. Maar de bijdrage ligt ook gevoelig, omdat men vindt dat alleen al de aanwezigheid van een bepaalde formule en de reclame die men daar voor maakt, al voldoende bijdraagt aan de promotie van het winkelcentrum. Een derde punt is dat men vaak ontevreden is over de manier waarop de bijdrage wordt aangewend en dat er soms ook geen goede verantwoording is.'

Gelukkig – voor de winkelcentra – worden er uiteindelijk in de regel toch wel afspraken over een bijdrage gemaakt. 'Bij huurcontracten van meestal tien jaar of langer, is dat natuurlijk een goede zaak voor het winkelcentrum. Men kan er immers van op aan dat die bijdrage er is en op basis daar van kunnen er plannen gemaakt worden.'

TRANSPARANTIE

Zowel de bijdragen van de huurders, als de bestedingen zouden eigenlijk inzichtelijk moeten zijn. Anneloes de Fouw: 'Dat hoort

Gaat het in deze editie vooral over de inhoudelijke en uitvoerende kant van marketing en promotie, er zit ook nog een ander aspect aan vast: het juridische. Met name grote winkelketens stellen de verplichte promotiebijdrage bij het aangaan van een huurcontract ter discussie. Advocaat Anneloes de Fouw (Bricks Advocaten te Amsterdam) heeft er in haar praktijk regelmatig mee te maken.

bij de transparantie die we nastreven via bijvoorbeeld artikelen in het ROZ-model huurcontract 2012. Daarmee proberen we afspraken te maken over onder andere de inzichtelijkheid van de opbouw van en de bestedingen op het promotiebudget. Bovendien worden er dan afspraken gemaakt over het opstellen van een plan en begroting. Huurders moeten desgewenst inzage krijgen in de stukken die daarop betrekking hebben.'

Anneloes de Fouw denkt ook dat deze transparantie veel 'zeer' bij huurders weg kan nemen: 'Als je weet wat iets kost, bijvoorbeeld een sinterklaasintocht, of wat de kosten van organisatie en begeleiding zijn, dan haalt dat al veel bezwaren weg. Een professionele organisatie is belangrijk: het ketenbedrijf voelt zich er denk ik prettiger

belang niet goed gediend wordt, dat meer naar de ideeën van de kleine winkelier gehandeld wordt.'

PUBLIEKSTREKKERS

Nog even terug naar de insteek dat sommige ketenbedrijven liever niets aan de marketing en promotie zouden bijdragen. Voor hippe ketens als Primark zou zo iets toch heel goed denkbaar zijn. Immers, uit diverse bronnen (bijvoorbeeld Shopping Centre NEWS) weten we dat het effect van de komst van een Primark enorm kan zijn.

Anneloes de Fouw: 'Ik weet niet of Primark een voorbeeld is van een keten die om deze reden geen promotiebijdrage zou willen betalen. Het is natuurlijk een feit dat Primark op dit moment in de tijd voor enorme publieksaantallen zorgt. Maar hoe lang



Anneloes de Fouw (rechts) met collega Katja Keij

duurt dat? Kijk naar MediaMarkt. Die keten had een vergelijkbaar effect, maar volgens mij nu ook al weer minder. Om dus op deze basis een uitzondering te gaan maken lijkt mij niet verstandig.'

VERPLICHTE VERENIGING NIET MOGELIJK

Ofschoon het ketenbedrijf uiteindelijk zich dus wel committeert aan het doen van een promotiebijdrage, geldt dat steeds minder voor het lid worden van de winkeliersvereniging. Anneloes de Fouw: 'Het lijkt soms wel zo, maar men kan niemand verplichten lid te worden van een (winkeliers-)vereniging. Ik zie in mijn praktijk steeds vaker dat het ketenbedrijf dat ook niet meer wil. In de huurcontracten waar ik bij betrokken ben komt dan vaak – ten overvloede – te staan 'geen verplichting tot lidmaatschap van de winkeliersvereniging.'

Waarom is dit? 'Ik denk dat men zich niet zover aan de winkeliersvereniging wil committeren dat het lijkt alsof alle besluiten die genomen worden, ook de besluiten van het ketenbedrijf zijn.'

Is de oplossing dan niet dat het ketenbe-

*Het lijkt soms wel zo,
maar men kan
niemand verplichten
lid te worden van een
winkeliersvereniging*

drijf zich beter moet laten vertegenwoordigen in de winkeliersvereniging of bij bijeenkomsten die bijvoorbeeld de marketing of andere belangrijke zaken betreffen? 'Zeker, en ik denk ook dat daar een verbetering in te zien is. Maar het blijft lastig en je ziet soms dat er besluiten genomen worden tijdens een vergadering, terwijl daar niet op het juiste niveau bij het ketenbedrijf over beslist is. Het is ook heel moeilijk om als je honderden vestigingen hebt, je op micro-niveau met een bepaald winkelcentrum te bemoeien. En misschien zou dat wel moeten, want anders laat je het over aan de 'kleine winkeliers', die toch vaak anders tegen de dingen aankijken.'

*De jurisprudentie
is momenteel nogal op de
hand van de verhuurder*

ACTUEEL

Welke onderwerpen – naast het voorgaande – zijn op dit moment actueel in de advocatenpraktijk van Anneloes de Fouw? 'We zien heel veel procedures omtrent huurprijswijzigingen. Dit kan uitgaan van zowel de huurder als de verhuurder. Verder zijn er veel procedures waarin schaalvergroting een rol speelt. De verhuurder zoekt dan een mogelijkheid om vanwege de expansiewensen van een huurder panden samen te voegen. Dat raakt dan zittende andere huurders die moeten wijken. De vastgoedeigenaar voert dan bij de rechter 'opzegging wegens dringend eigen gebruik (renovatie)' op. De grondslag is dan schaalvergroting en rendementsverbetering. Dat lukt vaak, want de jurisprudentie is momenteel redelijk op de hand van de verhuurder.'

ROZ-MODEL

Anneloes de Fouw ziet ook veel zaken waarin asbest een rol speelt: 'Het vinden van asbest en de verwijdering daarvan leidt tot veel gevolgschade, zoals tijdelijke winkelsluiting.' Maar ook is de expansie van winkeltens een veel voorkomend fenomeen: 'En tot mijn genoegen wordt dan meestal het ROZ model 2012 gebruikt.' Anneloes heeft in de commissie gezeten die dit ROZ model heeft voorbereid. 'Daarnaast zie ik veel renovaties met verschuivingen en herplaatsingen en ook steeds meer nieuwe buitenlandse ketens die dus te maken krijgen met het Nederlandse huurrecht.'

Genoeg te doen dus voor Bricks Advocaten? 'Absoluut. Maar we zijn en blijven een klein kantoor. Met drie advocaten en een officemanager kunnen we deze niche prima bedienen. We zijn weliswaar klein maar eigenlijk ook groot in dit specifieke vakgebied. Door onze compacte organisatie kunnen we klanten altijd heel snel bedienen, ook al omdat we precies weten wat we moeten doen. Er zijn weinig dingen in deze niche die ons nog kunnen verrassen en we kennen alle partijen in het netwerk goed. Dat werkt wel zo prettig!' ←