

Winkelgebied 2025

Vastgoedbelegger neemt heft in handen



Vastgoed

Detailhandel

Franchise

Publieke sector

Colofon

Auteur

Maurice van Sante

ING Economisch Bureau

maurice.van.sante@ing.nl

Redactieraad

Jan van der Doelen

Max Erich

Dirk Mulder

Marcel Peek

Philip Zwart

ING Sectormanagement

ING Economisch Bureau

ING Sectormanagement

ING Economisch Bureau

ING Real Estate Finance

jan.van.der.doelen@ing.nl

max.erich@ing.nl

dirk.mulder@ing.nl

marcel.peek@ing.nl

philip.zwart@ingrealestate.com

Inhoud

Voorwoord 4

Samenvatting en visie 5

Veranderende spelregels winkelen 2014-2025 7

- 1. Structuur van de winkelvastgoedmarkt 8**
 - 1.1. Structuur van de winkelvastgoedmarkt **9**
 - 1.2. Vastgoedmarkt en economische cyclus **10**
 - 1.3. Rendementen van winkelvastgoed **11**
 - 1.4. Rendementen in het buitenland **12**
 - 1.5. De visie van verschillende winkelbeleggers **13**
 - 1.6. Corporaties stappen uit winkelvastgoed **17**
- 2. Projectontwikkeling 18**
 - 2.1. Planvolume winkelprojecten **19**
 - 2.2. Ontwikkeling vraag naar soorten winkelruimte **20**
- 3. Toekomstige huurvormen 23**
 - 3.1. Huurwet knelt **24**
 - 3.2. Omzetgerelateerde huur **25**
 - 3.3. Naar een passanten gerelateerde huur **26**
 - 3.4. Haken en ogen bij flexibele huurvormen **27**
- 4. Conclusie 28**
 - 4.1. Conclusie **29**

Bronnen 30

Voorwoord

De wereld verandert in rap tempo. De bevolking groeit nagenoeg niet meer, de vergrijzing neemt daarentegen steeds grotere vormen aan. We raken gewend aan een niet per definitie stijgende welvaart. De marktmacht ligt bij de consument en zijn behoeften wijzigen sneller dan ooit. Het gedrag van de consument verandert ook, meer wordt gelet op maatschappelijke relevantie en toegevoegde waarde. Door het internet beschikt de consument over meer kennis, meer vergelijkingsmogelijkheden, kan zich beter oriënteren en kan dat altijd en overal doen. Het aantal m² fysieke winkels sluit al enige tijd niet meer aan op de vraag ernaar. We hebben in Nederland nog lang winkelcapaciteit toegevoegd aan een markt die al aan het veranderen was. Mede hierdoor is de verwachting dan ook dat de leegstand verder zal toenemen. Is het tijd om te acteren op structurele veranderingen in het winkelaanbod?

Hoewel de rol van fysieke winkels zeker niet zomaar is uitgespeeld stellen de huidige ontwikkelingen de winkelvastgoedeigenaren wel voor dilemma's. Een nieuwe blik op business modellen en locatie strategieën is wenselijk. Overigens staan vastgoedeigenaren hierin niet alleen. Ook andere belanghebbende partijen zoals overheden, franchise organisaties en winkeliers staan voor gelijksoortige dilemma's. Reden voor ING de toekomst van het winkelgebied onder de loep te nemen. ING heeft daarbij gekozen om dit onderwerp vanuit verschillende invalshoeken te benaderen in een serie van rapporten. In dit deel staat het vastgoed centraal. Daarnaast zijn rapporten opgesteld vanuit het gezichtspunt van de sectoren Public, Franchise en Retail. De uitkomsten van deze vier rapporten worden gebruikt voor een overkoepelend rapport met als doel een integrale visie te ontwikkelen op het winkelgebied van de toekomst...

In dit rapport zal onder meer stil worden gestaan bij de structuur van de winkelvastgoedmarkt in Nederland, de bijbehorende planontwikkeling en huidige en toekomstige huurvormen. Wij wensen u veel leesplezier en nodigen u uit tot een verdere discussie over dit voor u en ons zo belangrijke thema.



Jan van der Doelen
Sectormanager bouw, onroerend goed en leisure
ING Sectormanagement



Philip Zwart
Commercieel directeur
ING Real Estate Finance

Samenvatting en visie

De visie van vastgoedeigenaren op retail in 2025

Beleggers in winkelvastgoed concentreren zich meer en meer op de toplocaties. Zij verwachten dat in Nederland de komende jaren maximaal 15 à 20 hoogwaardige koopconcentraties ontstaan in grotere (provinciale) steden. Het moet een belevenis zijn om te shoppen en de consument is op zoek naar een totaalaanbod van winkels. De meeste regionale steden zijn te klein om dit aan te bieden. Dit betekent overigens niet dat er geen ruimte meer is voor (buurt)winkelcentra voor de dagelijkse behoeften met daarbij een grote supermarkt. Corporaties bezitten veel winkelvastgoed in woonwijken en zullen door aangepaste regelgeving hierin minder investeren. Fysieke winkels blijven volgens veel vastgoedbeleggers ondanks de opkomst van e-commerce wel een belangrijke rol spelen.

Vijf toekomstig kansrijke winkelgebieden

ING Economisch Bureau ziet de komende jaren vanuit een veranderende retailsector een andere behoefte naar toekomstige winkelgebieden ontstaan: 'Back to basics': functioneel klein en overzichtelijk winkelcentrum met een mix van food, persoonlijke- verzorging en diensten, 'Crossroads': vervoersknooppunt met een mix van horeca, diensten, selectie non-food en food. 'Big-spender': Grote stadscentra met veel passanten, mix van food en non-food, grote ketens, exclusieve retailers en local heroes. 'Alternative': (middel)grote of bestaande perifere winkelgebieden met mix van tijdelijke en permanente winkels (retail proeftuin) met lage of flexibele huur. 'Space experience: beperkt aantal bestaande perifere gebieden met veelal huis & tuin winkels met 'dagje uit' potentie.

Om vandaag mee te beginnen:

- Kies een juiste huurvorm.

Een omzet- of passanten gerelateerde huur geeft een signaal af dat de verhuurder alles in het werk zal stellen om het winkelgebied succesvol te maken.

- Zorg voor de juiste mix van winkelaanbod.

Door actief een winkelgebied te managen kan het gebied aantrekkelijk gehouden worden voor consumenten. Ga daarbij niet altijd voor de hoogste huur maar kies een retailer die in de eigen lange termijn strategie past.

- Pas een doelgroepenbeleid toe.

Zorg voor onderscheidend vermogen van een winkelgebied. Kies daarbij voor een duidelijke strategie en toets iedere beslissing hieraan. Niet alles hoeft daarbij "top-end" te zijn.

- Flexibiliteit benodigd.

Projectontwikkelingen kennen vaak een lange doorlooptijd. De wensen van de consument veranderen ook steeds sneller. Flexibiliteit in bouw en financiële ruimte is nodig om nieuwe ontwikkelingen tijdens of na de bouw aan te passen.

- Wees selectief met nieuwe winkelprojecten en herbestem leegstaande winkels.

De komende jaren is er nog maar beperkt behoefte aan nieuwe winkelruimte. De leegstand dreigt dan ook verder op te lopen. Op tijd herontwikkelen van winkelruimte naar bijvoorbeeld woningen vermindert de leegstand in de portefeuille.

Samenvatting en visie

(vervolg)

Winkelvastgoedrendementen de komende jaren onder druk

Door de stabiele huurontwikkeling en de hoge waardegroei zijn winkels de afgelopen decennia een goed renderende vastgoedcategorie geweest. De rendementen van winkelvastgoed staan echter door de crisis van de afgelopen jaren, oplopende leegstand en online winkelen onder druk. Huren kunnen hierdoor dalen waardoor winkels een minder aantrekkelijke belegging worden. Ook ten opzichte van de omringende landen presteert het Nederlands winkelvastgoed de afgelopen jaren relatief minder goed. Het zijn vooral de middelgrote vastgoedbeleggers die zich niet verdiepen in de veranderende spelregels van winkelen. Voor deze afwachtende vastgoedbelegger is de komende jaren echter steeds minder plaats. Beleggers zullen meer begrip moeten krijgen van de retailer en de consument.

Actievere rol van vastgoedbelegger

Vastgoedeigenaren worden door andere stakeholders nog wel eens als afwachtend gekenschetst waarbij zij pas laat inspelen op nieuwe ontwikkelingen. Nieuwe trends komen en gaan echter steeds sneller. Een gemiddelde winkel bestaat nog maar 6 à 7 jaar waarna de retailer zijn strategie herziet. Investeerders in (winkel)vastgoed hebben daarentegen een langere horizon van wel 10 of 20 jaar. Doordat hun huurinkomsten pas dalen bij huurherzieningen of als er leegstand ontstaat zijn vastgoedeigenaren niet direct gevoelig voor teruglopende omzetten in winkelgebieden.

Omzet- of passantenhuur

Een omzethuur motiveert een belegger om te investeren in het winkelgebied en zo meer bezoekers te trekken waardoor de omzetten van de winkeliers stijgen, en uiteindelijk ook de huurinkomsten stijgen. Een andere mogelijkheid is een huur gebaseerd op het aantal passanten. De verhuurder van het pand zorgt voor een aantrekkelijk winkelgebied waardoor het aantal bezoekers toeneemt. Hierbij hoeven winkeliers hun omzetgegevens niet prijs te geven want dat is een nog vaak gehoord bezwaar van retailers. Meer passanten zorgen voor een groter bereik voor de retailer. Of de winkelier deze (potentiële) bezoekers alleen gebruikt om zijn producten aan ten toon te stellen (Brand store) en de verkoop uiteindelijk online laat plaatsvinden of wel direct ter plaatse ook verkoopt maakt dan niet uit. Het is echter niet zo dat voor iedere winkel een dergelijke huurvorm geschikt is. Ook kortere contracten, een mix van vaste huur en omzethuur is mogelijk.

Flexibiliteit benodigd bij (nieuwe) projectontwikkeling

Naar nieuwe uitbreidingen van winkelruimte is, behalve in de binnensteden, de komende jaren weinig tot geen behoefte. Vastgoedeigenaren zullen winkelgebieden moeten herontwikkelen zodat deze weer aansluiten bij de wensen van de consument. Dit zijn processen die net als nieuwbouw veel tijd in beslag nemen. De vraag van de consument verandert daarbij voortdurend en steeds sneller. Belangrijk daarbij is dat plannen de benodigde flexibiliteit en financiële ruimte bevatten zodat deze ook tijdens of vlak na de lange doorlooptijd van het (bouw)proces aangepast kunnen worden.

Veranderende spelregels winkelen 2014-2025

- De crisis heeft geleid tot een vertraagde economie. Gedurende het huidige decennium dient rekening gehouden te worden met structureel lagere groei, die richting 2020 op gemiddeld 1,5% kan uitkomen.
- Overheid en bedrijfsleven proberen hun huishoudboekje op orde te krijgen. Dit geldt ook voor consumenten. Een periode van (over)consumptie is overgegaan in een periode van ontschulden.
- Nederlandse consumenten hebben koopkracht en vermogen ingeleverd. Bestedingen in retail en dan met name non-food zijn hierdoor aangetast en keren niet snel terug. Toenemende vergrijzing helpt evenmin.
- Internet heeft het oriëntatieproces blijvend veranderd en maakt de markt transparant. Consumenten stellen ratio boven emotie. Toegevoegde waarde en prijs zijn essentieel om relevant te zijn.
- Veel partijen in de winkelstraat hebben door een combinatie van lagere bestedingen en toenemende (prijs)transparantie hun winst in verlies zien omslaan. Winkelgebieden worden uitgedund, leegstand neemt toe.
- Dit wordt versterkt door de opkomst van e-commerce. Onderzoeken wijzen uit dat consumenten in de toekomst verwachten meer online te kopen. Voor nieuwe generaties consumenten is online interactie vanzelfsprekend.
- Nieuwe technologie kan deze trend versterken. Het digitaliseren en delen van producten maakt online in hoog tempo het dominante kanaal in boeken, muziek en films. Kan 3d printen dit ook met andere producten doen?
- Een veranderende markt en nieuwe technologie vragen om business modellen en supply chains die hier optimaal op in kunnen spelen. Kennis, vraagsturing, snelheid en flexibiliteit zijn kernwaarden.
- Deze ontwikkeling stelt ook andere eisen aan het locatiebeleid van retailers; de behoefte aan fysieke winkellocaties daalt buiten de grote steden. Ook de invulling van locaties zal wijzigen.
- Dit heeft ook grote impact op andere stakeholders zoals vastgoedsector en (lokale) overheid. Van al deze stakeholders wordt een andere benadering gevraagd; van expanderen naar saneren en revitaliseren.

Hoofdstuk 1.

Structuur van de winkelvestgoedmarkt

- Structuur van de winkelvestgoedmarkt
- Vestgoedmarkt en economische cyclus
- Rendementen van winkelvestgoed
- Rendementen in het buitenland
- De visie van verschillende winkelbeleggers
- Corporaties stappen uit winkelvestgoed



1.1 Structuur van de winkelvastgoedmarkt

Lange termijn visie bij winkelvastgoedbeleggers

Op de vastgoedmarkt ontmoet het ontwikkelde en bestaande vastgoed de markt vraag. Vraag en aanbod bepalen samen de huurprijs en daarmee de verkoopwaarde van het pand. De vraag bestaat bij winkelvastgoed voornamelijk uit winkeliers waarbij de huur een kostenpost is. Het aanbod van winkels is voornamelijk in bezit van vastgoedeigenaren (beleggers). Het rendement bestaat uit de huurinkomsten (direct rendement) en de verkoopwaarde (indirect rendement). Investeerders in (winkel)vastgoed hebben daarbij een lange termijn perspectief met een exploitatieperiode van 10 of 20 jaar. De verwachte vraag en verwachte huurinkomsten in de toekomst bepalen de huidige waarde van het winkelvastgoed. Voor beleggers is het dan ook van groot belang hoe het winkellandschap zich de komende jaren gaat ontwikkelen. De winkelstraat van de toekomst reflecteert zich namelijk nu al in de waarde van hun investeringen. Winkelgebieden die in de toekomst goed presteren zullen hoge huren opleveren en een hoge waarde van het winkelvastgoed met zich meebrengen. Voor de vastgoedbelegger is het winkelcentrum van morgen dus vandaag!

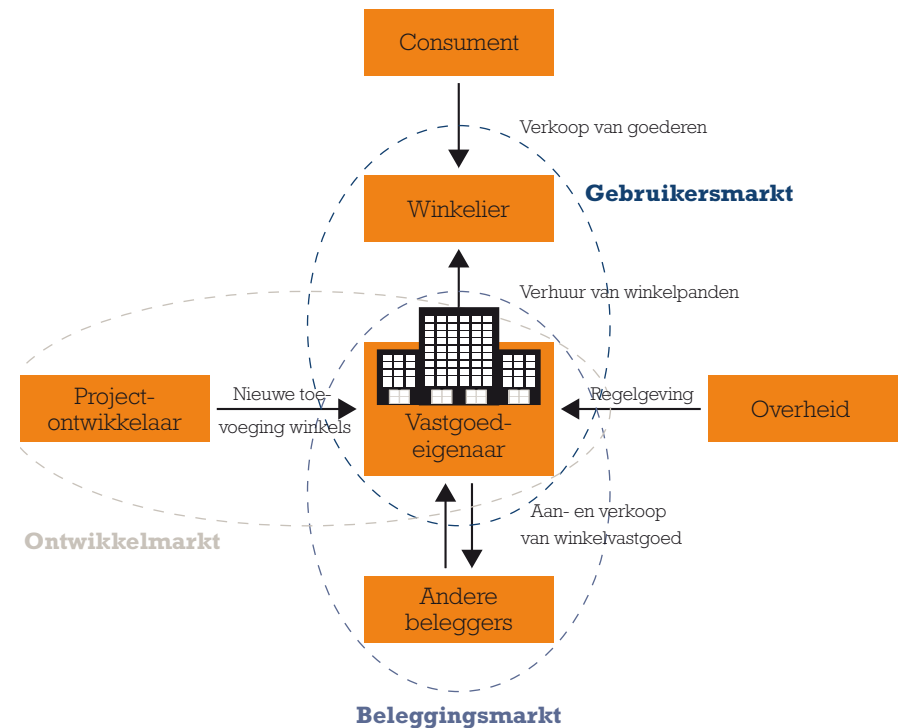
Verschiedende spelers op de vastgoedmarkt

De gehele winkelvastgoedmarkt vormt een ingewikkeld systeem (figuur 1). Daarbij zijn drie deelmarkten te onderscheiden:

- Beleggingsmarkt: aan- en verkoop van winkelvastgoed tussen investeerders;
- Gebruikersmarkt: de verhuur van winkelvastgoed van eigenaren aan winkeliers;
- Bouw- en ontwikkelmarkt: de ontwikkeling van nieuw- of verbouw van winkels.

De eigenaar/belegger is daarbij de centrale partij en is actief op alle drie de deelmarkten. Naast vastgoedeigenaren en winkeliers is ook de overheid met regelgeving een belangrijke stakeholder op de winkelmart.

Figuur 1 Structuur van de winkelvastgoedmarkt



Bron: ING Economisch Bureau

1.2 Vastgoedmarkt en economische cyclus

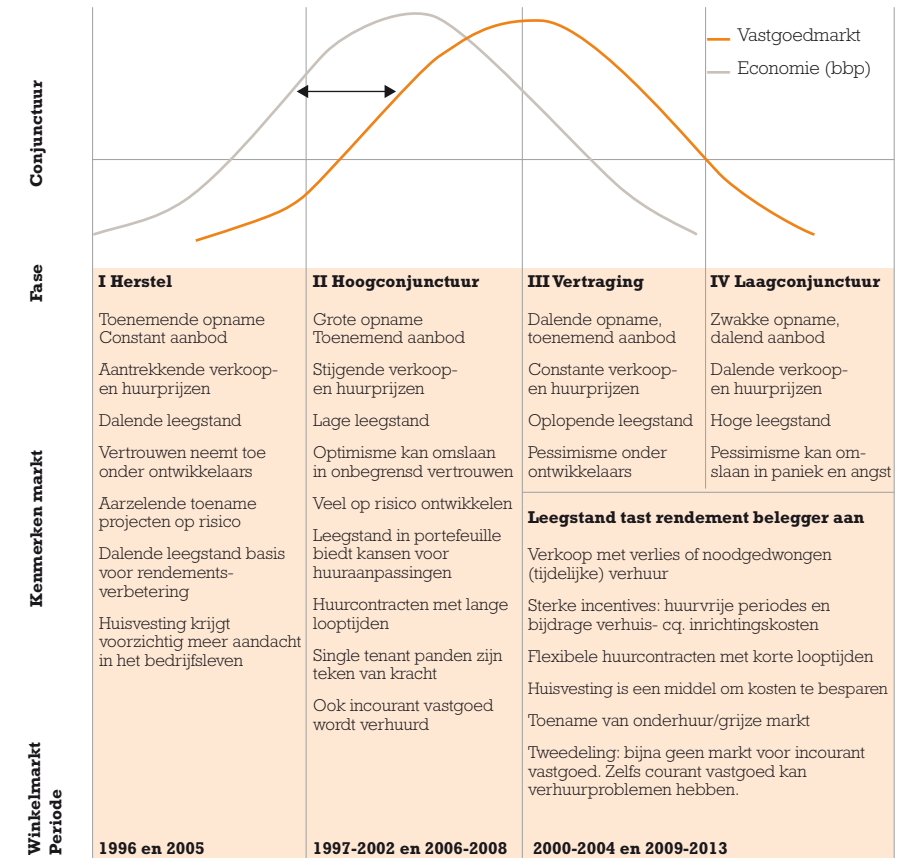
Varkenscyclus

Ontwikkelingen op de vastgoedmarkt kennen vaak een duidelijke varkenscyclus. Perioden van onderaanbod worden afgewisseld met overaanbod. Dit komt onder andere door de vaak lange doorlooptijden van investeringsbeslissingen. Als de vraag naar extra vierkante meters winkeloppervlakte toeneemt duurt het geruime tijd voordat het aanbod hierop kan reageren. Door regelgeving, plannen maken en bouwtijd duurt het geruime voordat voldaan wordt aan de toenemende vraag. Overheidsregelgeving voor winkels is daarbij stringenter dan voor bijvoorbeeld kantoren ondanks dat de Rijksoverheid er voor heeft gekozen dit beleid te decentraliseren. Als het aanbod van extra m² éénmaal op de markt komt is de vraag vaak al weer gedaald. Het overschot aan aanbod (leegstand) is dan niet eenvoudig van de markt te halen. Eigenaren hopen op betere tijden en een bestemmingsverandering door transformatie van het gebouw vergt nieuwe investeringen en kost daarnaast de benodigde tijd omdat er vaak een bestemmingsverandering voor aangevraagd moet worden.

Omgekeerde cyclus in vastgoed

Opvallend aan de huidige ontwikkelingen op de vastgoedmarkt is dat deze anders verloopt dan andere cycli. Voorheen leidde een aantrekkende economie tot een hogere opname op de gebruikersmarkten waarna ook bij beleggers het vertrouwen weer toenam en beleggingsvolumes weer stegen. Momenteel nemen de beleggers echter het voortouw en stegen de beleggingsvolumes in 2013 al terwijl er op de gebruikersmarkten nog niet of nauwelijks sprake was van een toenemende vraag naar vierkante meters. Niet alleen het ingezette herstel loopt anders, ook het begin van deze recessie begon bij de beleggers en niet op de gebruikersmarkten. Normaal gesproken leidt een neergaande economische groei tot verslechterende gebruikersmarkten waarna ook het sentiment onder beleggers van vastgoed verslechtert. In het begin van de recessie in 2008 werd echter eerst de vastgoedbeleggingsmarkt geraakt. Door de kredietcrisis moesten beleggers meer eigen vermogen inbrengen en werden zij minder actief. Wat toen begon als een financiële crisis heeft uiteindelijk de reële economie geraakt en hierdoor ook de gebruikersmarkten. Winkelvestgoed leek nog lange tijd de dans te ontspringen en een veilige haven te zijn, maar ook daar is uiteindelijk de interesse in afgenomen.

Figuur 2 Vastgoedmarkt en economische cyclus



Bron: ING Economisch Bureau



1.3 Rendementen van winkelvastgoed

Grootste waardegroei bij winkels

Ondanks de waardedalingen van de afgelopen jaren is vastgoed ten opzichte van andere beleggingen de afgelopen decennia een stabiel beleggingsobject gebleken. Uit de figuur 3 blijkt dat binnen vastgoed winkels het beste gepresteerd hebben. In 2013 is de waarde ten opzichte van 1985 meer dan verdubbeld, terwijl de waarde van kantoren niet is gestegen. Sinds het uitbreken van de crisis is echter ook de waardeontwikkeling van winkels onder druk gekomen maar niet zo hard gedaald als van kantoren en woningen.

Huurinkomsten winkels stabiel

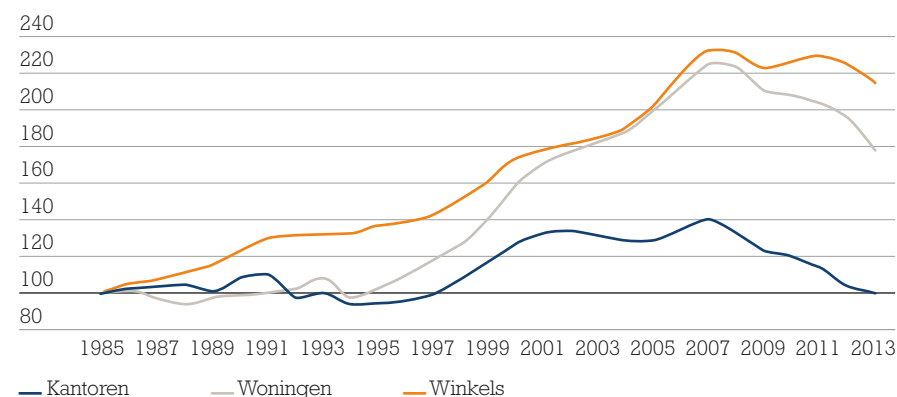
De huurinkomsten van winkels zijn als percentage van de waarde van de winkelpanden afgelopen jaren stabiel geweest (figuur 4). Dit ten opzichte van woningen waar de waarde ook flink van is gestegen maar de huurinkomsten wel afgenomen zijn. Door de stabiele huurontwikkeling en de hoge waardegroei hebben winkels de afgelopen decennia veruit het hoogste totaal rendement gehaald en zijn daardoor de best renderende vastgoedcategorie geweest.

Winkelvastgoedrendementen de komende jaren onder druk

De waarde van winkelvastgoed zal door de toenemende leegstand de komende jaren verder onder druk blijven staan. Ook huren kunnen hierdoor dalen waardoor winkels een minder aantrekkelijke belegging worden. Vastgoed, en ook winkelvastgoed, is echter voor veel beleggers een onderdeel van een totale beleggingsportefeuille die uit verschillende componenten bestaat om zo het risico te spreiden.* Beleggers zullen daardoor ook winkelvastgoed in hun portefeuille blijven opnemen.

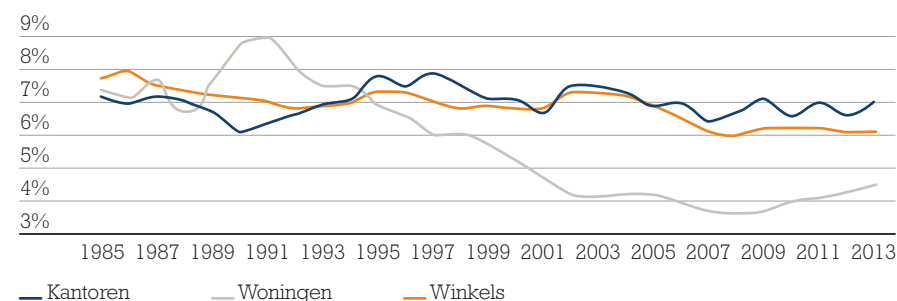
* Uiteraard zijn er ook beleggers en vastgoedfondsen die zich specialiseren in winkelvastgoed. Deze worden in paragraaf 1.5 besproken.

Figuur 3 Waardeontwikkeling deelsegmenten vastgoed index 1985=100



Bron: IPD en Vastgoedmarkt, bewerkt door ING Economisch Bureau

Figuur 4 Directe rendementen (huur) deelsegmenten vastgoed, 1985-2013



Bron: IPD en Vastgoedmarkt, bewerkt door ING Economisch Bureau

1.4 Rendementen in het buitenland

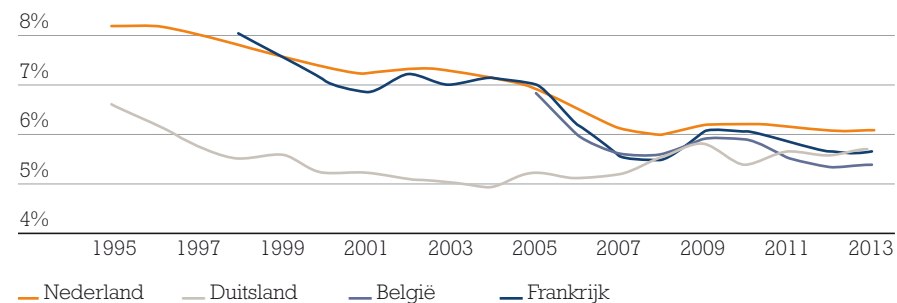
Huurinkomsten steeds gelijk

De huurinkomsten van Nederlands winkelvegoed liggen ten opzichte van omringende landen iets hoger. Een kleinere minder liquide markt en een lagere leegstand kunnen dit verschil verklaren. In Nederland lag het direct rendement in 2013 boven de 6% (figuur 5) terwijl in de andere landen dit tussen de 5,4% en 5,7% lag. Wel zijn de verschillen door verdere internationalisering de afgelopen jaren kleiner geworden. Zo was in 2005 het gemiddelde directe rendement in Nederland nog 6,9% en opzichte van 5,2% in Duitsland. Dat is een verschil van 1,7%-punt. In 2013 was dit verschil nog maar 0,5%-punt. Het voordeel van een hoog direct rendement van beleggen in winkelvegoed in Nederland neemt dus langzaam af. Hierdoor wordt het relatief aantrekkelijker om in omringende landen in winkelvegoed te gaan beleggen.

Recente waardedaling Nederlands winkelvegoed

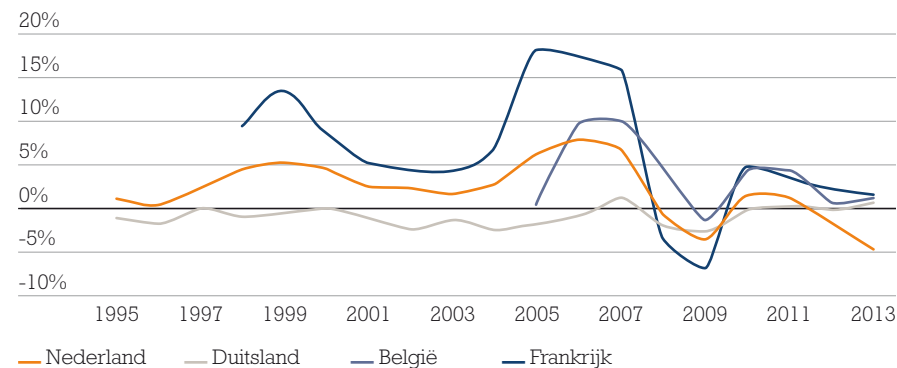
In vergelijking met de omringende landen is de waardegroei in Nederland gemiddeld (figuur 6). Opvallend is wel dat in 2013 er alleen in Nederland een waardedaling wordt gemeten. De minder goede conjuncturele omstandigheden en dan in het bijzonder de dalende consumentenuitgaven kunnen hier debet aan zijn waardoor winkelvegoed relatief minder aantrekkelijk is. Vermeldenswaardig is ook de langdurige krimp van de waarde van Duits winkelvegoed. Deels heeft dit te maken met een andere manier van waarderen. Een lagere verwachte bevolkingsgroei en harder toeslaande vergrijzing in Duitsland kan er voor zorgen dat de waardeontwikkeling van Duits winkelvegoed ook op (middel)lange termijn minder presteert.

Figuur 5 Ontwikkeling direct rendement winkelvegoed 1995-2013 (% j.o.j.)



Bron: IPD

Figuur 6 Ontwikkeling indirect rendement winkelvegoed 1995-2013 (% j.o.j.)



Bron: IPD

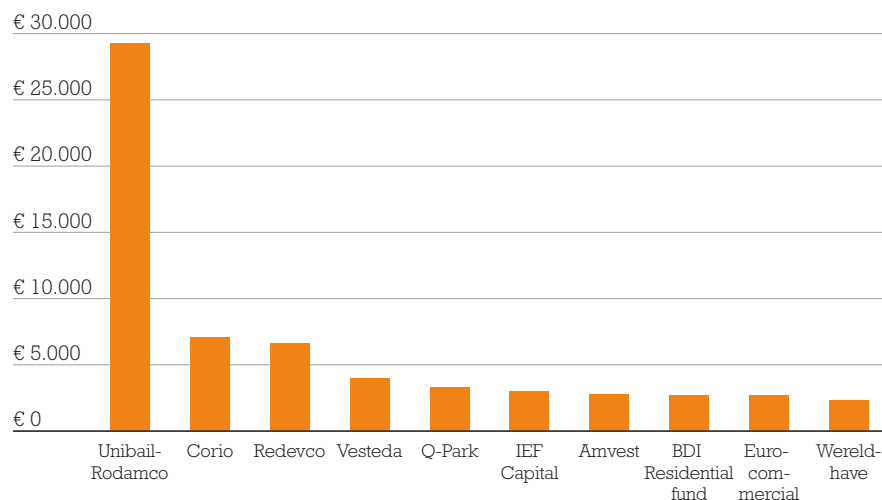
1.5 De visie van verschillende winkelbeleggers

Bij vastgoedbeleggingen wordt vaak onderscheid gemaakt tussen directe en indirecte beleggingen. Bij een directe belegging koopt de investeerder zelf de panden aan. Bij een indirecte belegging koopt de investeerder aandelen van een vastgoedfonds waarbij het fonds het vastgoed bezit. Veruit het grootste fonds is Unibail-Rodamco (figuur 7). Direct beleggen in vastgoed gebeurt vaak door kleinere partijen zoals rijke particulieren of grote partijen zoals Redevco.*

Corio grootste winkelexposure in Nederland

Van de beursgenoteerde vastgoedfondsen heeft Corio het meeste winkelvastgoed in portefeuille ter waarde van circa € 1,6 miljard (figuur 8). Hierin is de verkoop van de in februari 2014 verkochte 10 kleinere winkelcentra aan een Amerikaanse investeerder verrekend. Deze verkoop past in de strategie van Corio om zich te richten op grotere winkelcentra. De visie op de toekomst van verschillende belangrijke spelers op de winkelvastgoedmarkt worden hierna besproken.

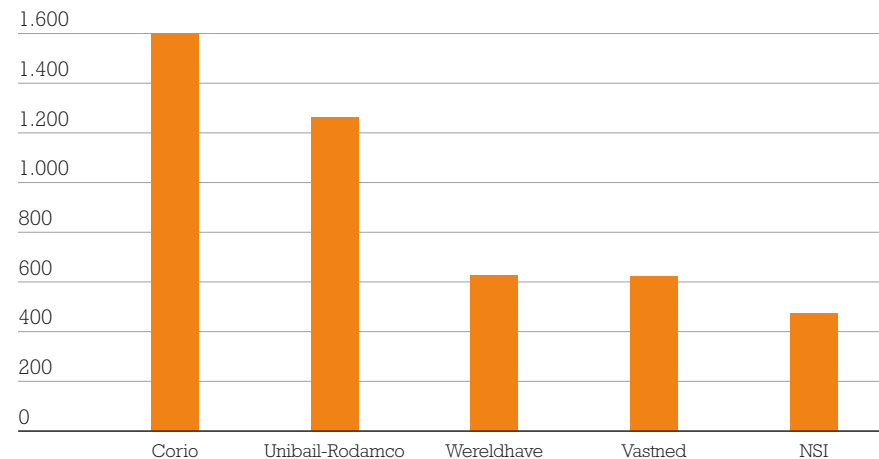
Figuur 7 Grootste vastgoedbeleggers in € miljoen (Fondsen en private beleggers), 2012



Bron: PropertyNL, bewerkt door ING Economisch Bureau

* Redevco heeft in Nederland een winkelportefeuille ter waarde van circa € 450 miljoen.

Figuur 8 Waarde Nederlands winkelvastgoed beursgenoteerde fondsen in € miljoen, 2014



Bron: Jaarverslagen en ING Research

1.5 De visie van verschillende winkelbeleggers (vervolg)

KroesePaternotte

KroesePaternotte is een A1 retailspecialist en begeleiden huurtransacties voor internationale retailers. Daarnaast bemiddelen ze bij de aankoop van winkelvastgoed. Hoe de toekomst van het winkelen eruit ziet hangt volgens de heer Bessem en de heer Paternotte van KroesePaternotte sterk af van de economische ontwikkelingen in Nederland. De vergrijzing, jonge mensen die relatief weinig geld verdienen en de groep mensen in de leeftijdscategorie tussen de 25 en 45 jaar die op korte termijn zal afnemen hebben hier grote invloed op. Veel retailers hebben het afgelopen decennium nagelaten om te investeren in hun formules en winkels. Hierdoor lopen ze in deze crisistijd en tijden van internet en sociale media forse kleerscheuren op. Bij veel van deze retailers ontbreekt het ook aan visie om het tij te keren. Op termijn zullen er hooguit 15 à 20 hoogwaardige koopconcentraties in Nederland ontstaan. Dit zullen de provinciale hoofdsteden zijn met een aantal perifere steden zoals Breda, Amersfoort en Deventer. Het moet een belevenis worden om te winkelen. Oude steden maken hierbij meer kans dan jonge steden. Aantrekkelijk en spannend moet het winkelgebied zijn met bijvoorbeeld een gracht, cultuur en een museum. Topgebieden zullen in deze topsteden alleen maar duurder worden. De winkels in deze A1 straten worden ook groter. Vanaf 300 m² wordt het interessant voor de retailer als wel voor de belegger. De heer Bessem en de heer Paternotte geloven in een omzet gerelateerde huur en zien ook dat dit steeds vaker voorkomt evenals de opkomst van pop-up stores. Deze trends maken het winkelgebied in alle dimensies aantrekkelijker en flexibeler. Dure parkeerplaatsen is daarbij wel "killing" voor de omzet van de retailer. Bij online verkopen hebben Bessem en Paternotte hun twijfels. "Geen internetpartij maakt op dit moment winst. De kosten van distributie zijn hoog en het creëren van beleving rondom een merk is online moeilijk."

COOLinvestments

Shopperen wordt steeds meer fun volgens Roland Kahn, oprichter van CoolCat en belegger in winkelvastgoed. Klanten gaan niet naar één winkel maar willen een totaal aanbod. In kleine winkelgebieden in steden met minder dan 50.000 inwoners dalen de omzetten van winkels daardoor. Huren zakken in deze gebieden flink weg en kunnen wel tot de helft dalen. Daartegenover staan de topstraten zoals de PC Hoofdstraat in Amsterdam. Door de enorme hoge prijzen die winkels als Chanel, Gucci en Prada voor hun producten vragen draaien ze enorme omzetten en kunnen de huren enorm hoog zijn. "Hoge parkeerkosten zijn daarbij zeer slecht voor een winkelgebied." Winkels zullen volgens Kahn ondanks de opkomst van het online kanaal blijven bestaan. "Mensen zijn sociale wezens". Internetverkopen bedragen bij Coolcat nu ongeveer 5% van de verkopen. In 2020 zal dit waarschijnlijk 20% van de omzet zijn. Maar verder zal het volgens Kahn niet oplopen. Zo geeft hij aan dat de opmars van onlineverkopen in de VS momenteel ook stagneert. Internet zoals het nu functioneert is volgens hem ook voorbij. Big data is daarbij niet boeiend maar wel wat je er mee kan. Op je smartphone krijg je een berichtje dat je een nieuwe jas nodig hebt als je langs een winkel loopt en de verkoopster staat in de winkel al met de juiste maat in haar handen. Wel moet je bij big data opletten voor de complexiteit. Omzethuur is daarbij de toekomst. Financiers als banken en pensioenfondsen vinden dat niet leuk maar om elkaars partners te zijn moet je kennis delen want de maatschappij wordt volgens hem steeds opener. Voor de aankoop van winkelvastgoed ziet Kahn weer kansen ontstaan. "Pensioenfondsen moeten bijvoorbeeld nog verkopen terwijl het nu weer wat beter gaat. Als je de vastgoedmarkt begrijpt kan je er geld aan verdienen, anders is het roulette."

1.5 De visie van verschillende winkelbeleggers (vervolg)



De strategie van het beursgenoteerde Europese winkelvastgoedfonds Vastned richt zich op de groei in de populairste winkelstraten in de grotere Europese steden. In Nederland zijn dit Amsterdam, Den Haag,

Utrecht, Breda, Den Bosch en Maastricht. In totaal heeft Vastned 23 steden in Europa als zogenoemde premium cities bestempeld. CEO Taco de Groot geeft aan dat zij zich daarbij richten op individuele winkelpanden, zogenoemde high street shops. "Winkelcentra hebben dezelfde karakteristiek als kantoren en zijn na 10 jaar vaak verouderd. Daarbij zijn de servicekosten van winkelcentra voor retailers hoog door hoge kosten van gemeenschappelijke ruimtes en installaties als roltrappen en dergelijke". Binnensteden hebben de aantrekkelijkheid van een historische stad en van een gevarieerd aanbod aan horeca, musea en andere culturele activiteiten. Daarnaast is volgens De Groot het bestedingsniveau van de bevolking rond een winkelgebied van belang. Internationale retailers die de Nederlandse markt betreden kiezen vaak voor winkels op toplocaties, omdat dat de locaties zijn waar de consument het liefst winkelt. Consumenten vinden daarbij de bereikbaarheid van een stad niet echt een obstakel maar hoge parkeertarieven zijn volgens hem een melkkoe voor de gemeente. De Groot geeft aan e-commerce niet te zien als een bedreiging van winkelvastgoed. In tegendeel e-commerce en de fysieke winkel vullen elkaar juist aan. Internetwinkels openen steeds vaker fysieke winkels, denk bijvoorbeeld aan Apple en Nespresso die begonnen ook als internetshop. De rol van de winkel is de afgelopen jaren fors veranderd. De winkel is niet alleen een verkoopkanaal, maar is veel vaker onderdeel van de marketing; de branding van een merk. Via de fysieke winkel kan een retailer zich nog meer onderscheiden via bijvoorbeeld service en goed personeel. Vergrijzing ziet hij als een veel grotere bedreiging. "Jongeren besteden alles wat ze hebben, terwijl ouderen veel minder uitgeven". Uit onderzoek van Vastned blijkt dat de aanloopstraten van de grote steden juist erg gewaardeerd worden door consumenten, want daar zijn de leuke bijzondere winkels te vinden. Het zijn de aanloopstraten in de kleinere winkelgebieden zoals in Gouda, Hilversum, Zoetermeer en Zeist waar leegstand dreigt of oploopt. Deze panden komen volgens De Groot ook voor herbesteding tot woningen in aanmerking. Veel kleine winkelcentra met één relatief kleine supermarkt (<700 m²) en met enkele winkels komen volgens hem de komende jaren in de problemen. Over invoering van omzetterelateerde huur is de CEO van Vastned gematigd enthousiast. In Spanje is het wel heel gebruikelijk geeft hij aan. "Het gevaar is dat de vastgoedeigenaar de bankier van de retailer wordt. Je zou dan eigenlijk de hele huurwet moeten aanpassen".



Unibail Rodamco richt zich in Nederland op regionale winkelcentra

in de regio's Amsterdam en Den Haag. "We willen graag aan onze retailers een platform bieden passend bij de gewenste uitstraling en merk ("brand")", aldus John van Haaren Managing Director van Unibail Rodamco in Nederland. "We hebben een zeer actief huurbeleid ("Re-tenanting") met minstens 10% vernieuwing in onze winkelgebieden per jaar. Voorbeeld hiervan is de toevoeging van Primark als huurder in het winkelcentrum in Zoetermeer. Sinds de komst van deze huurder is het aantal passanten in het gehele winkelcentrum flink gestegen. Niet afwachten maar juist pro actief proberen een gebalanceerde bezetting te realiseren, dat geeft zittende huurders ook het nodige vertrouwen in hun verhuurder", zo betoogt John van Haaren. Verder zet Unibail in op het creëren van een integrale customer experience ("Re-marketing"). Consumenten moeten het winkelen als beleving gaan ervaren. Een dagje uit met bijhorend leisure aanbod. Het winkelcentrum in Amstelveen werd in 2013 gekozen als beste Shopping Centre van Nederland. Dit centrum heeft de door UR ontwikkelde kwaliteitsstandaard van 4 sterren gekregen, als eerste centrum in Nederland en vijfde in Europa. Voor 2017 staat de opening van het integraal te herontwikkelen bestaande winkelcentrum Leidsehage gepland. "Wij betrekken alle stakeholders in onze winkelgebieden; huurders, bezoekers maar zeker ook onze burens (wonen, kantoren), de gemeente etc. In al onze centra zit daarom ook fysiek een team van 4 tot 6 medewerkers, aldus Van Haaren. Vanuit de overheid verwacht Van Haaren een concreet retailbeleid, maar zeker ook een dringend noodzakelijke heroverweging van de huidige huurwetgeving. Meer flexibiliteit zou welkom zijn.

1.5 De visie van verschillende winkelbeleggers (vervolg)

De visie van vastgoedeigenaren op retail in 2025

Resumerend kan over het algemeen gesteld worden dat beleggers in winkelvastgoed zich steeds meer concentreren op de toplocaties. Zij verwachten dat in Nederland de komende jaren maximaal 15 à 20 hoogwaardige koopconcentraties ontstaan in grotere (provinciale) steden. Het wordt daarbij een belevenis om te shoppen en de consument is op zoek naar een totaalaanbod van winkels. De meeste regionale steden zijn te klein om dit aan te bieden. Dit betekent overigens niet dat er geen ruimte meer is voor (buurt)winkelcentra voor de dagelijkse behoeften met daarbij een grote supermarkt. Fysieke winkels blijven volgens veel vastgoedbeleggers ondanks de opkomst van e-commerce wel een belangrijke rol spelen.

Vijf toekomstig kansrijke winkelgebieden

ING Economisch Bureau ziet de komende jaren vanuit een veranderende retailsector een andere behoefte naar toekomstige winkelgebieden ontstaan. Hieronder zijn vijf kansrijke winkelgebieden getypeerd. Deze kunnen op zichzelf staan, maar ook aan elkaar grenzen of gecombineerd worden:

'Back to basics'

- Functionele winkelcentra
- Mix van food, persoonlijke verzorging en persoonlijke diensten
- Overzichtelijk, kern zonder opsmuk
- Kleine, middelgrote of grote steden, centrum van buurt / wijk

'Crossroads'

- Vervoersknooppunten met veel passanten
- Mix van food, horeca, diensten en selectie non-food
- Variërend van functioneel shop-and-run tot verblijfscentra op grotere knooppunten

'Big spender'

- Grotere stadscentra met voldoende volume (bezoekersstroom)
- Mix food en non-food
- Grotere dominante ketenretailers, exclusieve (merk)retailers en onderscheidende local heroes

'Alternative'

- Grote en middelgrote centra of bestaande perifere winkelgebieden
- Flexibel met brede bestemmingsmogelijkheden
- Mix van permanente en tijdelijke winkels, retail proeftuin
- Kostenefficiënt en flexibele huur (korte termijn, passanten gebaseerd)

'Space experience'

- Selectief aantal bestaande perifere gebieden
- Non-food, veelal huis & tuin gerelateerd, volumineuze producten
- Experience centra fabrikanten
- Voldoende 'dagje uit' potentie

1.6 Corporaties stappen uit winkelvastgoed

Circa 10% winkels in bezit bij corporaties

Naast particuliere en institutionele beleggers spelen ook woningcorporaties een belangrijke rol op de Nederlandse vastgoedmarkt. Zij bezitten ongeveer een derde van alle woningen en naar schatting rond de 10% van het winkelvastgoed. In Amsterdam loopt dit zelfs op tot 15% (figuur 9). Corporaties bezitten vooral winkelvastgoed in de kleinere winkelgebieden in woonwijken. Deels zijn dit winkelpanden die zich onder een wooncomplex van corporaties bevinden, de zogenaamde “commerciële plinten”.

Geen goedkope leningen meer voor winkelvastgoed

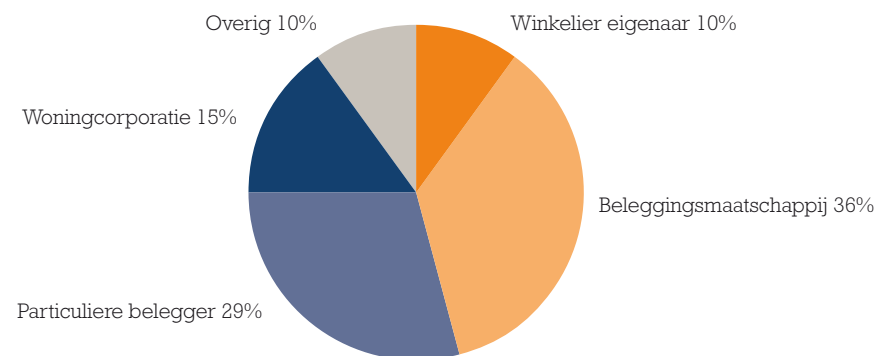
Sinds 2011 is het voor woningcorporaties niet meer toegestaan om met WSW-borging geld te lenen voor diensten van niet algemeen economisch belang (=niet-DAEB)*. Hieronder vallen ook investeringen in winkels. Corporaties kunnen nu alleen nog borging verkrijgen voor diensten van algemeen belang (=DAEB) waaronder huurwoningen met een huur onder de liberalisatiegrens en bepaald wijkgebonden maatschappelijk vastgoed (géén winkels). Dit geldt voor zowel nieuwe investeringen als bij het herfinancieren van oude leningen. De bedoeling van deze EU-richtlijn en de hiervan afgeleide Nederlandse regelgeving is om gelijke concurrentieverhoudingen te creëren tussen woningcorporaties en andere marktpartijen.

Extra druk op C-locaties

Corporaties hebben door het wegvallen van de WSW-borging voor winkelvastgoed nu met hogere kredietopslagen te maken. Hierdoor wordt het minder rendabel om nieuwe winkels te ontwikkelen. Ook kijken

financiers kritischer naar deze projecten zonder borging waardoor nieuwe investeringsplannen van corporaties minder snel gefinancierd kunnen worden en doorgang vinden. Dit zorgt voor een afname van nieuwbouwplannen van (buurt)winkels in bijvoorbeeld een gedeelte van een wooncomplex. Voor bestaand winkelvastgoed geldt dat corporaties uiteindelijk ook duurder zullen moeten herfinancieren zonder WSW-borging. Exploitatie van winkelvastgoed is voor corporaties daardoor veel duurder geworden. Zij zullen hierdoor minder willen investeren in (buurt)winkels, terwijl ook commerciële vastgoedbeleggers** steeds minder geïnteresseerd zijn in dit type vastgoed. Terwijl deze winkels wel van belang zijn voor de leefbaarheid van de wijk.

Figuur 9 Verdeling eigendom winkelvastgoed Amsterdam, 2010



Bron: O+S

* De commerciële plint regel (1/3 – 2/3) is beëindigd waarin corporaties werd toegestaan om niet-borgbare activiteiten die onderdeel uitmaken van een sociaal complex met borging van het WSW te financieren.

** Zie paragraaf 1.5

Hoofdstuk 2.

Projectontwikkeling

- Planvolume winkelprojecten
- Ontwikkeling vraag naar soorten winkelruimte



2.1 Planvolume winkelprojecten

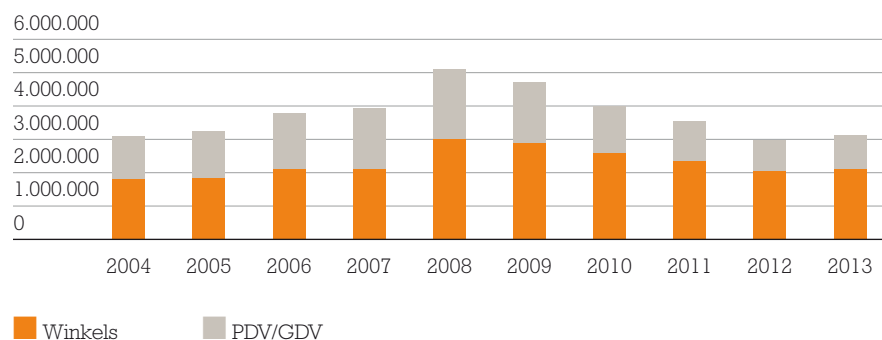
Winkelruimte afgelopen jaren toegenomen

De afgelopen jaren is het aantal vierkante meters winkeloppervlakte in Nederland toegenomen tot meer dan 31 miljoen m² begin 2014. Dit is een stijging van 16% ten opzichte 2004. In de jaren 2004-2009 zijn er vooral grootschalige en perifere detailhandelslocaties (GDV en PDV) bijgebouwd (figuur 10). In deze jaren bedroeg dit aandeel bijna de helft van alle nieuwe winkelprojecten. Na de piek in 2008 is dit aandeel flink afgenomen tot ongeveer een derde in 2013.

Planvolume winkelprojecten stijgt weer...

Na jaren van afname van het planvolume door de economische crisis is het aantal winkelprojecten in de pijplijn in 2013 toch weer (licht) gestegen. Ontwikkelaars lijken een voorschot te nemen op economisch herstel (en wordt uiteraard niet ieder plan ook uiteindelijk gerealiseerd). Grote nieuwe projecten in voorbereiding zijn Almere Poort (22.000 m²) en het Stadshart Delfzijl (20.000 m²). Het grootste winkelproject dat al langere tijd in voorbereiding is, is het Centrumplan in Apeldoorn (34.000 m²). Ongeveer een kwart van alle projecten is nu al in aanbouw en bekende voorbeelden daarvan zijn Forum in Rotterdam en Hoog Catharijne in Utrecht (beide 35.000 m²).

Figuur 10 Totaal planvolume in m²



Bron: Vastgoedmarkt research, bewerkt door ING Economisch Bureau

...maar blijft op een lager volume

De verwachte beperkte economisch groei van de komende jaren, de langzaam oplopende leegstand en het toenemende belang van online winkelen zorgen er voor dat de planvolumes de komende jaren naar verwachting laag zullen blijven.

Top 5 Grootste winkelprojecten in voorbereiding

Nr	Plaatsnaam	Locatie	m ²
1	Apeldoorn	Centrumplan	34.000
2	Utrecht	Leidsche Rijn (LRC)	31.000
3	Leidschendam	Uitbreiding Leidsenhage	30.500
4	Haarlemmerliede en Spaarnwoude	The Style Outlet/Sugar City	29.000
5	Rotterdam	Post Rotterdam	28.500

Top 5 Grootste PDV/GDV-projecten in voorbereiding

Nr	Plaatsnaam	Locatie	m ²
1	Hulst	Lifestyle Village	80.000
2	Alkmaar	Ringers	49.000
3	Sittard-Geleen	Gardenz Tuinboulevard, uitbreiding	37.500
4	Zaandam-Zaanstad	Ikea	35.000
5	Zevenaar	Retail- en leisurepark Zevenaar Spoorallee	30.000

Bron: Vastgoedmarkt research

2.2 Ontwikkeling vraag naar soorten winkelruimte

De vraag naar winkelruimte

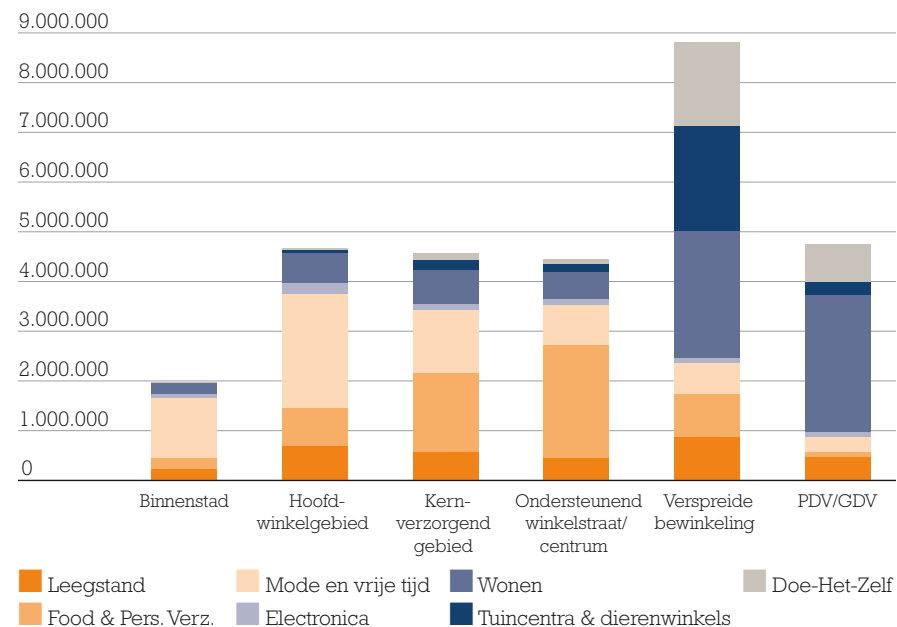
Figuur 11 laat per winkelgebied een verdeling zien van de branche van de detailhandel die deze winkelruimte in gebruik heeft en de huidige leegstand. In binnensteden is circa 2,1 miljoen m² aan winkelvloeroppervlakte. De leegstand in deze gebieden is laag en het zijn vooral de mode- en vrijetijdswinkels die, net als in de hoofdwinkelgebieden, hier gevestigd zijn.

Helft winkelruimte in verspreide en PDV-GDV gebieden

Kernverzorgende en ondersteunende gebieden hebben een grotere aanwezigheid van winkels uit food en persoonlijke verzorgingssegment. De verspreide bewinkeling en de laatste jaren zo gegroeide PDV en GDV gebieden beslaan samen bijna de helft van alle winkelruimte in Nederland. Hier zijn het vooral branches met behoefte naar veel vierkante meters, zoals



Figuur 11 Verdeling winkelvloeroppervlakte in 2014 in m²

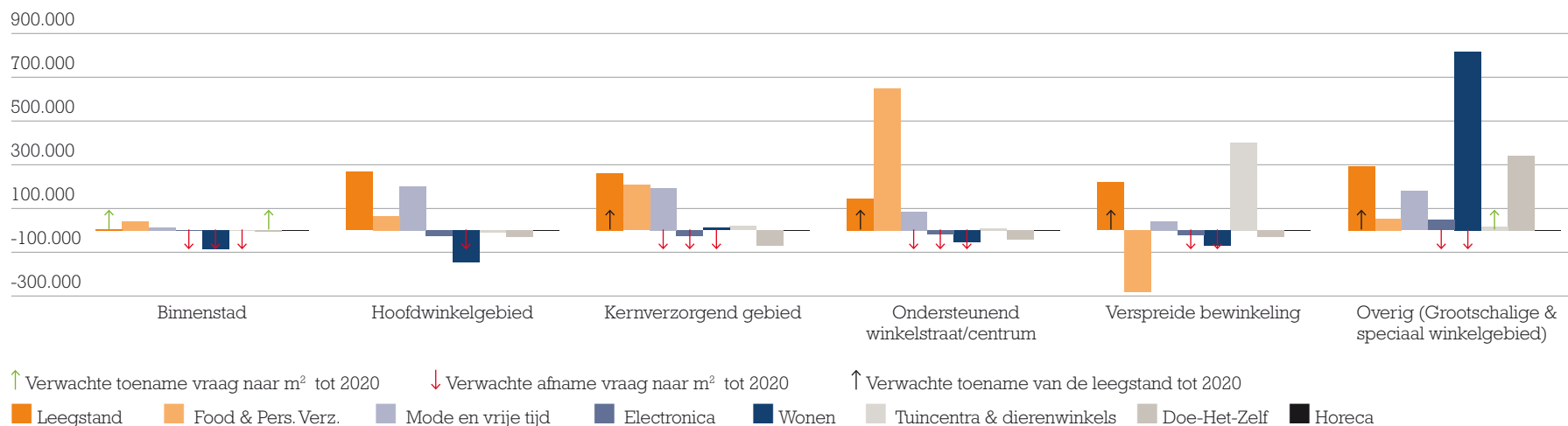


Bron: Locatus, bewerkt door ING Economisch Bureau

het woonsegment, tuincentra en Doe-Het-zelf zaken die daar gevestigd zijn. De flink oplopende leegstand laat ook zien dat in deze gebieden de afgelopen jaren te veel m² zijn ontwikkeld. Een verdere verwachte toename van het aantal vierkante meters dat gebruikt wordt door tuincentra in PDV/GDV gebieden kan de oplopende leegstand maar beperkt opvangen.

2.2 Ontwikkeling vraag naar soorten winkelruimte (vervolg)

Figuur 12 Ontwikkeling winkelvloeroppervlakte in m²*, 2004-2014 en verwachte ontwikkeling t/m 2020



(Definities: Binnenstad: meer dan 400 winkels, Hoofdwinkelgebied: 100 tot 400 winkels, Kernverzorgend gebied: 5 tot 100 winkels, Ondersteunend winkelstraat/centrum: > 5 winkels en altijd als aanvulling op een binnenstad of hoofdwinkelgebied, Verspreide bewinkeling: winkels die niet tot een winkelgebied behoren, Overig: grootschalig met > 5 winkels zoals PDV/GDV en outletcenters.)

Bron: Locatus, bewerkt door ING Economisch Bureau * Ontwikkeling horeca in aantal etablissementen

Nog meer mode in binnensteden

Het is de verwachting dat de komende jaren de vraag van de modebranche naar (meer) m² in binnensteden aanhoudt. Hierbij is vooral vraag naar grote vloeroppervlakten door internationale ketens zoals Primark, H&M, Forever21, Zara en M&S. Het aandeel van electronicazaken en woonwinkels in de binnenstad zal verder afnemen. Brandstores zoals van Apple en Samsung

bieden hier wel enig tegenwicht, al zijn zij erg selectief met de keuze van locaties. Ook het aantal horecazaken zal in de binnensteden waarschijnlijk toenemen, al zijn dit ook steeds vaker foodservice detailhandelszaken die een combinatie aanbieden van food-winkel en horecagelegenheid. De al lage leegstand in de binnensteden blijft hierdoor ook de komende jaren laag.

2.2 Ontwikkeling vraag naar soorten winkelruimte (vervolg)

Minder modezaken in hoofwinkelgebieden

Hoofdwinkelgebieden hebben de afgelopen 10 jaar te maken gekregen met een flink oplopende leegstand. De groei van modezaken in de winkelgebieden deed zich vooral voor in de periode 2004-2009 en liet in de 5 jaar daarna een lichte krimp zien. We verwachten dat modezaken deze gebieden ook de komende jaren minder zullen opzoeken doordat zij op zoek zijn naar een gebied met een volledig modeaanbod. Consumenten komen af op een juiste mix van verschillende winkel(keten)s en daar zijn deze gebieden vaak te klein voor.

Oplopende leegstand in kernverzorgende en ondersteunende winkelgebieden

In de ondersteunende winkelgebieden is er in de periode 2004-2009 een enorme trek geweest van food-zaken (supermarkten) die van alleenstaande winkels naar deze centra trokken en daarbij veel meer m² zijn gaan afnemen. Na 2009 is deze beweging grotendeels tot stilstand gekomen. De leegstand is in deze gebieden toegenomen door uitbreiding van het winkelvloeroppervlakte en daarbij het (beperkt) wegtrekken van zowel Doe-Het-Zelf, electronicazaken en in de ondersteunende winkelcentra woonwinkels welke naar de PDV/GDV gebieden verhuisden waar zij veel meer m² konden afnemen.

Flexibiliteit benodigd bij (nieuwe) projectontwikkeling

De meeste winkelgebieden zullen de komende jaren met een oplopende leegstand te maken krijgen. Beleggers zullen gebieden moeten transformeren en bereid moeten zijn met een lagere huur genoeg te nemen. Naar nieuwe uitbreidingen is de komende jaren, behalve in de binnensteden, weinig tot geen behoefte. Wel is er behoefte aan herontwikkeling van gebieden. Dit zijn processen die net als nieuwbouw veel tijd in beslag nemen. De vraag van de consument verandert daarbij voortdurend en steeds sneller. Belangrijk daarbij is dat plannen de benodigde flexibiliteit en financiële ruimte bevatten om tijdens de lange doorlooptijd van het (bouw)proces aangepast te kunnen worden.

Hoofdstuk 3.

Toekomstige huurvormen

- Huurwet knelt
- Omzetgerelateerde huur
- Passanten gerelateerde huur
- Haken en ogen bij flexibele huurvormen



3.1 Huurwet knelt

Huidige huurwetgeving knelt

Veel vastgoedbeleggers vinden de huidige huurwetgeving (zie box) niet meer van deze tijd. Hij beschermt vooral de kleine huurder terwijl grote winkel(keten)s in het huidige winkellandschap een veel grotere rol zijn gaan spelen. Daarnaast maakt de huidige huurwet het moeilijk om te differentiëren tussen grote spelers en sfeerbepalende winkels. Huren worden bepaald op basis van een huurvergelijking. Het is hierdoor niet eenvoudig om sfeerbepalende winkels een lagere huur te berekenen dan grote ketens, alhoewel deze sfeerbepalende retailers wel van belang zijn voor de aantrekkingskracht van een geheel winkelgebied.

Actief managen lastig

Vastgoedeigenaren worden door de huidige huurwet dus beperkt in het actief managen van hun winkelcentrum. De wet geeft daarbij weinig ruimte voor uitvoering van een visie op de toekomst voor het eigen winkelcentrum. Terwijl dit een winkelgebied juist op een hoger niveau kan brengen waardoor het aantrekkelijker wordt voor consumenten en positief kan zijn voor alle stakeholders. Winkeliers die geen toegevoegde waarde meer hebben voor het winkelgebied zou bijvoorbeeld de huur kunnen worden opgezegd. Doordat dit onder de huidige wet moeilijk kan, hebben verhuurders nu weinig grip op de huurdersmix. Dat huurprijzen onder de huidige wetgeving niet opnieuw onderhandeld kunnen worden na een huurperiode zorgt er nu ook voor dat investeringen van een eigenaar (bij weinig mutaties) in een winkelcentrum niet resulteren in de mogelijkheid een hogere huur te vragen. Dit werkt dus niet stimulerend om een winkelgebied aantrekkelijk te maken.



Box: Huidige huurwetgeving bij winkels op hoofdlijnen

De basis van de huidige Nederlandse huurwetgeving voor winkels stamt uit 1971. Vanuit de gedachte dat een onderneming buurt- of plaatsgebonden is, is het idee ontstaan deze groep huurders bescherming te geven. Daarnaast moet een winkelier de mogelijkheid hebben om zijn investering terug te kunnen verdienen waarvoor een minimale huurtermijn gewenst is. Het huidige huurrecht voor winkels bestaat uit de volgende hoofdpunten:

- De eerste huurtermijn geldt voor een periode van 5 jaar, als niet wordt opgezegd wordt de periode verlengd voor nogmaals 5 jaar waarna het contract automatisch omgezet wordt in een contract met onbepaalde tijd. De huurder kan de huur na deze huurperiode opzeggen maar de verhuurder niet.
- Opzegging van de verhuurder vindt plaats door een gerechtelijke procedure. De verhuurder kan op de volgende gronden opzeggen: renovatie, dringend eigen gebruik en om met goedkeuring van de kantonrechter af te wijken van de wet. Dit laatste kan gebeuren bij een grote winkelketen die géén bescherming behoeft.
- De huur kan periodiek worden aangepast op basis van huurvergelijkingen over de vijf voorafgaande jaren.

3.2 Omzetgerelateerde huur

Omzetgerelateerde huur

Een veel gebruikte huurvorm in het buitenland is een omzetgerelateerde huur. In Nederland wordt deze huurvorm onder andere toegepast op Schiphol en bij sommige outletcenters. Omzethuur biedt de mogelijkheid om veel directer te sturen op het functioneren van het winkelcentrum. De Nederlandse wet geeft hier sinds 2003 mogelijkheden toe. Omzethuur kan echter door een kantoorrechter bij een nieuwe huurprijsvaststelling ongedaan worden gemaakt.

Omzethuur stimuleert investeringen van winkeleigenaar

Bij een vaste huur zijn beleggers vaak meer afwachtend. Een afnemende interesse in het winkelgebied bij consumenten voelen zij niet (direct) doordat huurinkomsten, door de (lange) looptijden van de huurcontracten, voor langere tijd vastliggen. Omzethuur kan voor een belegger motiverend zijn om te investeren in het winkelgebied en zo meer bezoekers te trekken waardoor de omzetten van de winkeliers, en uiteindelijk ook de huurinkomsten stijgen. Een belangrijke drijfveer voor verhuurders voor omzethuur is echter ook dat zij zo inzicht krijgen in de omzetgegevens van huurders, hun huurdraagkracht en het succes van de betreffende winkel.

Toename online verkopen maakt omzethuur complex

Een complicerende factor bij omzetgerelateerde huur zijn de online verkopen. Bij een verschuiving van offline naar online neemt de omzet van de fysieke winkel af waardoor ook de huren dalen. De fysieke winkel kan daarbij echter wel zorgen voor de benodigde ondersteuning van de online verkopen zoals bij brand stores steeds meer het geval is. Inspanningen van de vastgoedeigenaar om een winkelcentrum aantrekkelijker te maken resulteren dan in hogere offline verkopen maar niet in hogere huurinkomsten.



3.3 Passanten gerelateerde huur

Verhuurder meer betrokken bij een passanten gerelateerde huur

Een stap verder dan de omzetgerelateerde huur is een passanten gerelateerde huur. Hierbij wordt de huur afhankelijk van de passantenstroom van de winkel. Retailers zijn bereid meer huur te betalen bij een hoger aantal passanten. Veel passanten is aantrekkelijk voor een retailer. Het geeft een directe incentive voor de vastgoedeigenaar om het winkelgebied aantrekkelijk te maken zodat er meer bezoekers komen. Een vaste huur geeft een verhuurder niet direct een incentive om in actie te komen als een winkelgebied minder populair wordt bij consumenten. Een passanten gerelateerde huur maakt de vastgoedeigenaar veel directer afhankelijk van het (huidige) presteren van een winkelgebied en geeft hem incentives om daar ook zelf direct in te investeren.

Minder nadelen dan omzetgerelateerde huur

Een passanten gerelateerde huur kent minder nadelen dan een omzetgerelateerde huur. Ten eerste hoeven de winkeliers hun omzetgegevens niet prijs te geven aan de verhuurder. Ten tweede speelt het "probleem" van online verkopen* niet. Meer passanten zorgen voor een groter bereik voor de retailer. Of de winkelier deze potentiële winkelbezoekers alleen gebruikt om zijn producten aan ten toon te stellen (Brand store) en de verkoop uiteindelijk online laat plaatsvinden of wel direct ter plaatse ook verkoopt maakt dan niet uit. De verhuurder van het pand zorgt voor een aantrekkelijk winkelgebied waardoor het aantal bezoekers toeneemt. De retailer doet, onafhankelijk van zijn retailstrategie, op zijn beurt hier zijn voordeel mee.

* Zie vorige bladzijde

De ene passant is de andere niet

Uiteraard zijn bezoekersstromen niet homogeen. De passanten bij een openbaar vervoersknooppunt hebben een heel ander koopgedrag dan bezoekers van een winkelcentrum die specifiek voor het "shoppen" naar het centrum komen. De berekende huur per 1.000 passanten hoeft dan ook niet in ieder gebied gelijk te zijn. De nadruk moet bij een passantengerelateerde huur op de ontwikkeling van de stroom voorbijgangers liggen. Het geeft een incentive aan een eigenaar van een winkelgebied om het gebied aantrekkelijk te maken en te houden.

Toekomst zonder winkelhuur

"Sommigen voorzien nog grotere veranderingen. Zij vragen zich af of de traditionele vorm van een belegger/ontwikkelaar die een product levert met een huurstream wel standhoudt. Zij hebben wel eens nagedacht over een toekomst zonder winkelhuur. ... Daarbij kan al het vastgoed gefinancierd worden uit de passantenstromen. Net zoals veel consumentenreclame op internet wordt afgerekend op het aantal unieke bezoekers zo zou je ook de waarde ... kunnen afmeten aan het aantal bezoekers. Zo'n verdienmodel stimuleert detaillist, ontwikkelaar en belegger om het beste voor de consument te maken. Het doorbreekt ook de impasse van veel overheden, financiers en beleggers dat op retailgebied niets meer kan. De angst voor het leegstandsspook wordt dan een uitdaging om meer bezoekers te trekken en te behouden."

Bron: PropertyNL, september 2013 (verslag van rondetafel met retailspecialisten)

3.4 Haken en ogen bij flexibele huurvormen



Waardebepaling nog op basis van zekere huurstroom

Taxateurs en financiers kijken bij de beoordeling van een winkelpand naar de zekerheid van de huurstroom. Een lang huurcontract met een kredietwaardige retailer wordt daarbij als positief beoordeeld. De waardering van een winkelpand waarbij geen zekere huurstroom is met een alternatieve huurvorm zoals omzet- of passantengerelateerde huur kan daarbij een probleem zijn.

Meer flexibiliteit bij huurcontracten

Niet iedere retailer heeft baat bij veel passanten. Steeds meer online winkels openen bijvoorbeeld ook een servicepunt. Bij deze servicepunten kunnen klanten hun producten ruilen, laten repareren of advies krijgen. Voor deze "winkels" zijn passanten niet van belang. Hetzelfde geldt bijvoorbeeld voor een pick-up point. Voor deze winkelformules zijn dus andere huurvormen passender.

Juiste telling van passanten en aanpassing huurwet

Voor een invoering van een passantengerelateerde huur is een juiste objectieve telling uiteraard van belang zodat huurder en verhuurder hier geen onenigheid over krijgen. Een versoepeling van de huurwet zou het daarnaast eenvoudiger maken om een huur op basis van omzet- of passanten te berekenen.

Flexibele huurvormen vooral geschikt voor winkelcentra

Flexibele huurvormen zijn ook meer geschikt bij winkelcentra dan bij een winkelstraat. Winkelcentra zijn (veel vaker) in het bezit van één eigenaar terwijl de panden bij winkelstraten in bezit zijn bij verschillende beleggers. Het voordeel van één eigenaar is dat de baten van een investering in een winkelgebied ook ten goede komen aan dezelfde eigenaar terwijl dit bij een gedeelde winkelstraat niet zo is. Daarbij zijn belanghebbenden bij een winkelstraat veel meer afhankelijk van investeringen door de gemeente in de "buitenruimte".

Keuze uit 4 opties

Uiteindelijk zal de vastgoedeigenaar samen met de huurder een passende huurvorm moeten vinden binnen de kaders van de wet. Afhankelijk van het soort winkel en de locatie kan gekozen worden uit de hierboven besproken mogelijkheden: Vaste huur, omzethuur, passanten gerelateerde huur en een mengvorm hiervan.





4.1 Conclusie

Focus van beleggers steeds meer op A-locaties

Beleggers in winkelvastgoed verwachten dat in Nederland de komende jaren maximaal 15 à 20 hoogwaardige koopconcentraties ontstaan in grotere (provinciale) steden. Zij concentreren zich daarom meer en meer op deze toplocaties.

Winkelgebieden in 2025

Vanuit een veranderende retailsector komt de komende jaren een andere behoefte naar voren ten aanzien van toekomstige winkelgebieden: 'Back to basics': functioneel klein en overzichtelijk winkelcentrum met een mix van food, persoonlijke- verzorging en diensten, 'Crossroads': vervoersknooppunt met een mix van horeca, diensten, selectie non-food en food. 'Big-spender': Grote stadscentra met veel passanten, mix van food en non-food, grote ketens en exclusieve retailers en local heroes. 'Alternative': (middel)grote of bestaande perifere winkelgebieden met mix van tijdelijke en permanente winkels (retail proeftuin) met lage of flexibele huur. 'Space experience': beperkt aantal bestaande perifere gebieden met veelal huis & tuin winkels met 'dagje uit' potentie.

Flexibiliteit bij projectontwikkeling

Naar nieuwe uitbreidingen van winkelruimte is, behalve in de binnensteden, de komende jaren weinig tot geen behoefte. De leegstand dreigt dan ook verder op te lopen. Op tijd herontwikkelen

van winkelruimte naar bijvoorbeeld woningen vermindert de leegstand in de portefeuille. Vastgoedeigenaren zullen winkelgebieden moeten herontwikkelen zodat deze weer aansluiten bij de wensen van de consument. Dit zijn processen die net als nieuwbouw veel tijd in beslag nemen. De vraag van de consument verandert daarbij voortdurend en steeds sneller. Belangrijk daarbij is dat plannen de benodigde flexibiliteit en financiële ruimte bevatten zodat deze ook tijdens of vlak na de lange doorlooptijd van het (bouw)proces nog aangepast kunnen worden.

Doelgroepenbeleid met juiste mix van winkelaanbod

Niet alle winkelcentra hoeven top-end te zijn. Een duidelijke doelgroep en strategie is voor ieder winkelgebied wel van belang. Winkelvastgoedeigenaren moeten zorgen voor onderscheidend vermogen van een winkelgebied. Een duidelijke strategie waaraan iedere beslissing getoetst kan worden helpt daarbij. Door zo actief een winkelgebied te managen kan het gebied aantrekkelijk gemaakt en/of gehouden worden voor consumenten.

Een passende huurvorm

Een omzethuur motiveert een belegger om te investeren in het winkelgebied en zo meer bezoekers te trekken. Omzethuur geeft een signaal af dat de verhuurder zelf alles in het werk



stelt om het winkelgebied succesvol te maken. Omzethuur is meer geschikt voor winkelcentra dan voor een pand in een winkelstraat. Een stap verder dan de omzetgerelateerde huur is een passanten gerelateerde huur. Hierbij wordt de huur afhankelijk van de passantenstroom van de winkel. Een passanten gerelateerde huur maakt de vastgoedeigenaar veel directer afhankelijk van het (huidige) presteren van een winkelgebied en geeft hem incentives om daar ook zelf direct in te investeren. Afhankelijk van het soort winkel en de locatie kan gekozen worden uit: vaste huur, omzethuur, passanten gerelateerde huur en een mengvorm hiervan.

Bronnen

Gebruikte bronnen:

Cushman & Wakefield	Main streets across the world	2013/2014
Gemeente Amsterdam	Dienst Onderzoek en Statistiek, Winkels, eigendom en huurprijzen	
Het Financieele Dagblad	diverse artikelen	
ING Economisch Bureau	Sectorvisie Fashion	November 2013
ING Research	European Reatil	Oktober 2011
IVBN	Visie op de winkelmarkt	Oktober 2013
NEPROM	Van Places te buy naar places to be	2012
PBL en ASRE	Gebiedsontwikkeling en Commerciële vastgoedmarkten	2013
PropertyNL	diverse artikelen	
Van der Kamp, Sonja	De huurwetgeving en de dynamiek in de retail, real Estate Research Quarterly	April 2010
Vastgoedmarkt	diverse artikelen	
Platform31	Winkelgebied van de toekomst	Februari 2014

Gesprekspartners:

Roland Kahn	Cool Investments
Tessa Vosjan	Nederlandse Raad Winkelcentra
Jolanda van Rensch	Stadsregio Arnhem-Nijmegen
Gijs Bessem	Kroese Paternotte
Patrick Paternotte	Kroese Paternotte
Taco de Groot	Vastned
John van Haaren	Unibail-Rodamco

Verder heeft een rondetafel op 25 april 2014 in Zwolle met verschillende retailspecialisten als input gediend voor het rapport.

Disclaimer

De informatie in dit rapport geeft de persoonlijke mening weer van de analist(en) en geen enkel deel van de beloning van de analist(en) was, is, of zal direct of indirect gerelateerd zijn aan het opnemen van specifieke aanbevelingen of meningen in dit rapport. De analisten die aan deze publicatie hebben bijgedragen voldoen allen aan de vereisten zoals gesteld door hun nationale toezichthouders aan de uitoefening van hun vak. Deze publicatie is opgesteld namens ING Bank N.V., gevestigd te Amsterdam en slechts bedoeld ter informatie van haar cliënten. ING Bank N.V. is onderdeel van ING Groep N.V. Deze publicatie is geen beleggingsaanbeveling noch een aanbieding of uitnodiging tot koop of verkoop van enig financieel instrument. ING Bank N.V. betreft haar informatie van betrouwbaar geachte bronnen en heeft alle mogelijk zorg betracht om er voor te zorgen dat ten tijde van de publicatie de informatie waarop zij haar visie in dit rapport heeft gebaseerd niet onjuist of misleidend is. ING Bank N.V. geeft geen garantie dat de door haar gebruikte informatie accuraat of compleet is. De informatie in dit rapport kan gewijzigd worden zonder enige vorm van aankondiging. ING Bank N.V. noch één of meer van haar directeuren of werknemers aanvaardt enige aansprakelijkheid voor enig direct of indirect verlies of schade voortkomend uit het gebruik van (de inhoud van) deze publicatie alsmede voor druk- en zetfouten in deze publicatie. Auteursrecht en rechten ter bescherming van gegevensbestanden zijn van toepassing op deze publicatie. Overneming van gegevens uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron wordt vermeld. In Nederland is ING Bank N.V. geregistreerd bij en staat onder toezicht van De Nederlandsche Bank en de Autoriteit Financiële Markten.

De tekst is afgesloten op 14 mei 2014.

