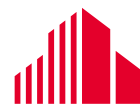


OUTLOOK 2021

RETAIL

FAST FORWARD



**CUSHMAN &
WAKEFIELD**

RETAIL OUTLOOK 2021 – FAST FORWARD

Dat de Nederlandse winkelmarkt sterk gepolariseerd is, bleek eens te meer vorig jaar maart. Terwijl veel non-food winkels vrijwillig de deuren sloten in verband met het wegblijven van bezoekers, troffen diezelfde bezoekers lege schappen aan in supermarkten als gevolg van hamsterwoede uit angst voor tekorten. In die week werd de op één na hoogste weekomzet voor supermarkten ooit gerealiseerd. Maar waar normaal gesproken luxe kerstproducten verantwoordelijk zijn voor verkooppieken, werd deze omzet voornamelijk gerealiseerd door pasta, aardappelen, bloem, zeep, wc-papier en paracetamol. Supermarkt- en andere winkelmedewerkers bleken van essentieel belang om de maatschappij draaiende te houden en de typisch Nederlandse fijnmazige winkelstructuur zorgde ervoor dat nergens echt lange rijen voor de ingang van supermarkten en winkelcentra ontstonden.

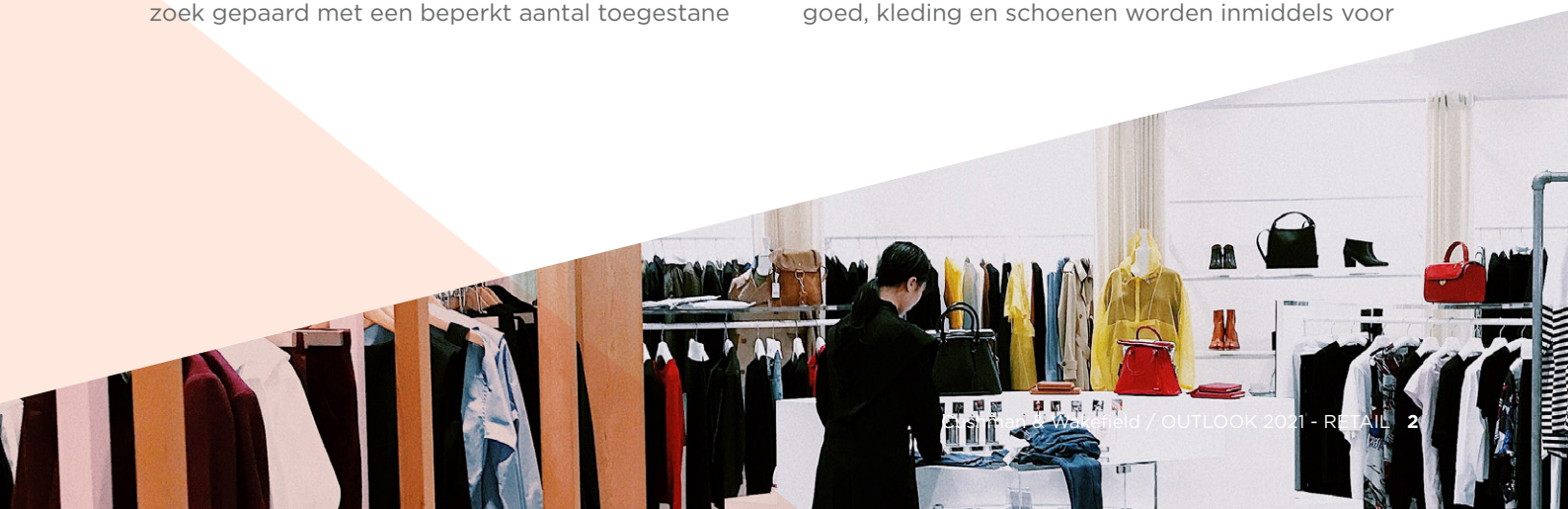
OP ZOEK NAAR EEN NIEUWE RELATIE TUSSEN WINKEL(STRAAT) EN CONSUMENT

Retailers hebben de afgelopen tijd uitzonderlijke veerkracht en een groot aanpassingsvermogen laten zien. Na een korte initiële periode van vrijwillige winkelsluiting kwam de sector zelf met een groot pakket aan hygiënemaatregelen over de brug zoals spatschermen bij de kassa, het aanbrengen van looplijnen (routing), een maximaal aantal bezoekers in de winkel en desinfectie van mandjes en karren. Daarnaast zijn alle stakeholders vanaf het eerste moment constructief met elkaar het gesprek aangegaan en hebben zij de overheid voorzien van zowel gevraagd als ongevraagd advies. Dit leidde tot een steunakkoord bestaande uit regelingen over onder andere uitstel van huurbetaling en toekennen van huurverlaging, teneinde samen door de crisis heen te komen.

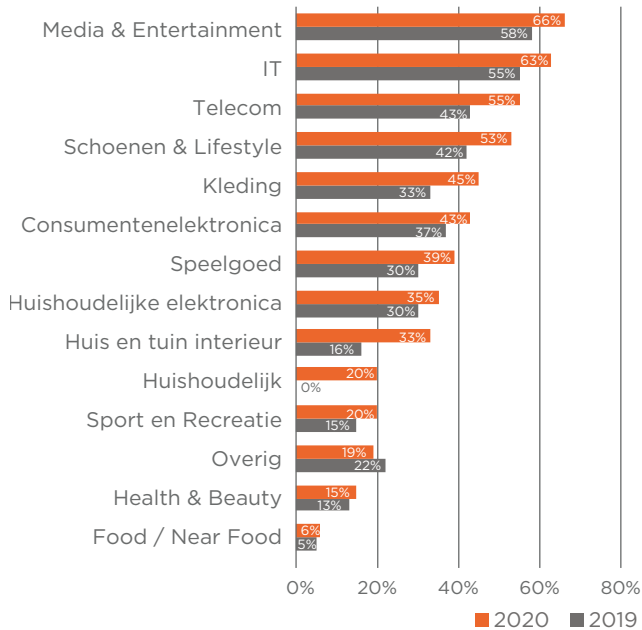
Voor het grootste deel van 2021 zal de situatie op de Nederlandse winkelstraat verre van normaal zijn. Ook als alle winkels hun deuren uiteindelijk weer zullen openen, blijft anderhalve meter afstand nog lange tijd de norm. Daarnaast gaat, als gevolg van alle ingestelde hygiëne maatregelen, winkelbezoek gepaard met een beperkt aantal toegestane

bezoekers, continue desinfectie, dikwijls gesloten paskamers en toiletten en de verplichting tot het dragen van een mondmasker. Hier bovenop blijft de kans op een nieuwe golf door een gemuteerde versie van het virus continu aanwezig. Hoewel veel consumenten zich er in 2020 niet door lieten weerhouden, dragen al deze maatregelen niet bij aan een prettige winkelervaring.

De situatie in de winkelstraat staat in schril contrast met de recordomzetten die momenteel via de online verkoopkanalen worden behaald. Tijdens de intelligente lockdown is massaal doorgeschakeld naar online winkelen en consumenten zijn dat ook ná de eerste golf blijven doen. Het al jaren gestaag toenemende aantal betalingen via IDEAL acceleerde naar nieuwe hoogten, ook nadat de eerste lockdown grotendeels werd opgeheven. Vorig jaar groeide het aandeel van het online verkoopkanaal naar circa 21% van de totale detailhandel. Dit aandeel is echter niet evenredig over de verschillende marktsegmenten verdeeld. Het zijn vooral de niet-dagelijkse productcategorieën die veel meer en vaker online worden gekocht. Het gaat hierbij niet alleen om de usual suspects, zoals muziek, games en streamingdiensten, maar ook elektronica, speelgoed, kleding en schoenen worden inmiddels voor



Online Retail als % totale bestedingen per branche bron: INRetail (2020)



een belangrijk deel online aangeschaft. In coronatijd zijn er nieuwe branches bijgekomen die alles met het huis te maken hebben, zoals producten voor woning- en tuininrichting en huishoudelijke producten.

Opmerkelijk en belangrijk is het nog aanhoudende lage aandeel van de online food retail in het totaal (6%), terwijl het uitgedrukt in omzet veruit het grootste segment van de detailhandel is. In 2020 bedroeg de food retail EUR 54 miljard euro en was daarmee goed voor 44% van het totaal. Daarmee is langzaam een waterscheiding aan het ontstaan tussen het weerbare food ofwel 'convenience' segment en het voor online retail gevoelige non-food segment van de winkelmarkt.

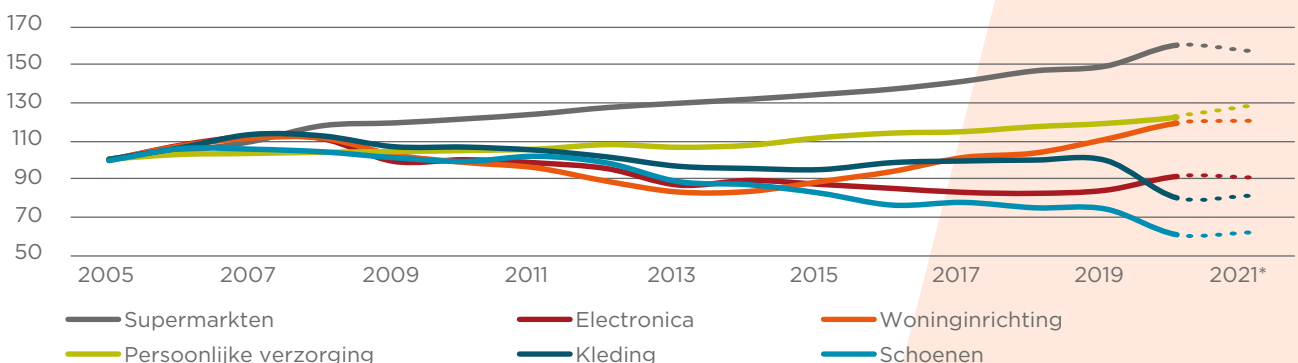
Terwijl de op convenience gerichte grotere en kleinere winkelcentra doorgaans weinig problemen ondervinden, zijn het de centrale

kernwinkelgebieden/highstreets van Nederland waar terugtrekkende retailers met een niet dagelijks productassortiment gaten in de winkelstraat achterlaten.

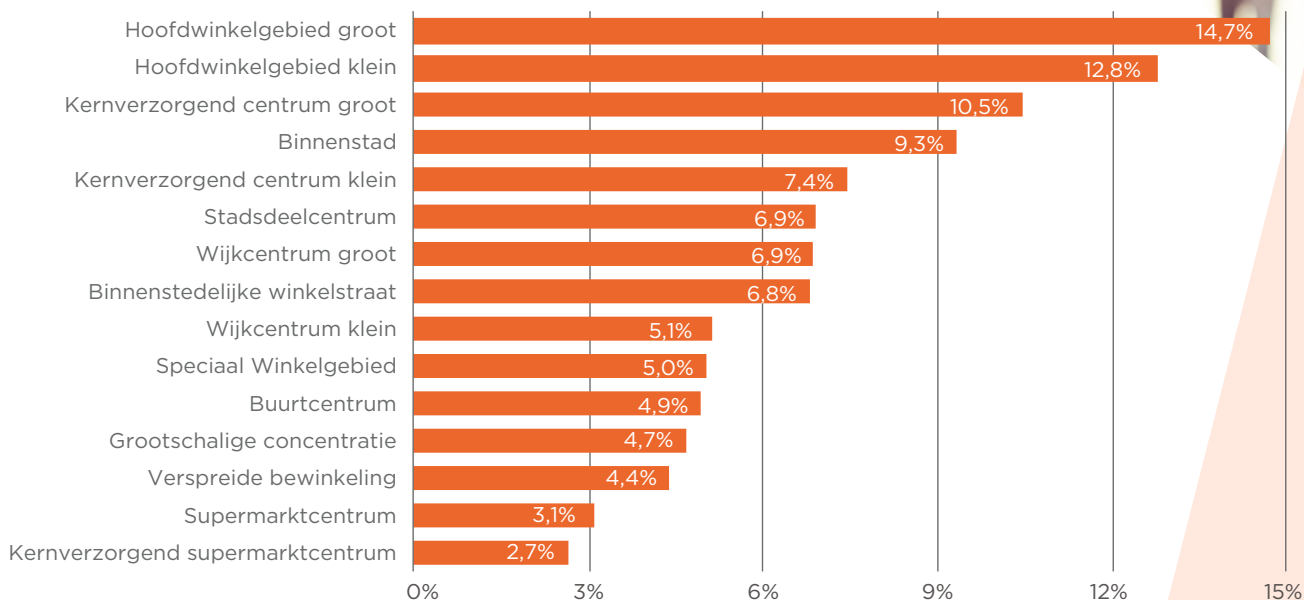
Wanneer de omzetten per branche met elkaar worden vergeleken, wordt duidelijk dat vooral kleding- en schoenenwinkels hun omzetten sterk hebben zien dalen. Omzetten vielen in 2020 respectievelijk met 19,5% en 18% terug ten opzichte van het jaar ervoor. Voor 2021 wordt slechts een minimaal herstel van 1% voor kleding en 2% voor schoenen verwacht, als gevolg van een vermindering van het aantal winkels. Supermarkten en voedselspecialzaken profiteerden sterk van de grotendeels gesloten horeca. Voor 2021 wordt dan ook een omzetzdaling van 2% verwacht doordat een groot deel van deze extra omzet weer zal terugvloeien naar de restaurants en daghoreca (Bron: kennisbureau ING).

Detailhandel omzetontwikkeling per branche

Index: 2005 = 100 (bron: CBS)



Winkelleegstand per winkelgebiedtype in % van w.v.o, 2020 (bron: Locatus)



OUTLOOK GEBRUIKERSMARKT 2021

Op de winkelmarkt zochten stakeholders ook al voor de lockdown naar een 'Nieuw Normaal', wetende dat de offline winkelmarkt grote structurele veranderingen ondergaat als gevolg van de komst van alternatieve informatie- én verkoopkanalen. De coronatijd heeft deze langzame structurele veranderingen versneld en zichtbaar gemaakt.

Diverse grote retailers versnellen momenteel hun online strategie, waar ook het uitbesteden van de online verkoop aan platforms zoals Bol.com en Amazon in toenemende mate onderdeel van is. Dit gaat ten koste van fysieke aanwezigheid in de winkelstraten, waarmee de vraag naar solitaire winkelpanden in de kernwinkelgebieden is afgenomen. Daarmee zijn niet zozeer faillissementen debet aan de afgenomen vraag, maar zijn retailers veel kritischer op het daadwerkelijk benodigde aantal winkels. Wel ligt het in lijn der verwachting dat het aantal faillissementen, na het stopzetten van de door de overheid gerelateerde steunmaatregelen, in de tweede helft van 2021 aanzienlijk zal toenemen. De winkelvastgoedmarkt in de kernwinkelgebieden heeft te maken met een neerwaartse druk op markthuren en de ruimtevraag van andere gebruiksfuncties wordt steeds beter zichtbaar in het winkelstraatbeeld. Winkelen op verdiepingen wordt

minder relevant en zal in de toekomst zorgen voor alternatieve invulling zoals wonen of kantoor.

Vooral in de middelgrote en kleinere binnensteden is er een ontwikkeling naar compacte winkelgebieden zichtbaar, wat ervoor heeft gezorgd dat de markt voor winkelruimte erg lokaal is geworden: algemene trends verklaren steeds minder de dynamiek. Relocatie van bestaande winkels naar vrijkomende units met hoge passantenaantallen kenmerkt de huidige trend. Verruiming van het aanbod in combinatie met concurrerende huurprijzen maakt het mogelijk dat winkelondernemers tegen lagere huurprijzen naar betere locaties verhuizen. Elke stad of zelfs elke winkelstraat heeft zijn eigen maatwerkoplossing nodig en daarbij wordt de potentie tot herontwikkeling van winkelpanden naar andere functies steeds nadrukkelijker onderzocht, óók in de grote steden.

Eenzijds staat hierbij de winkelfunctie van de binnensteden onder druk. Met name op verdiepingen van grote voormalige warenhuizen, is behoud van de winkelfunctie niet langer vanzelfsprekend. Mede door de lagere huurprijzen van deze locaties behoren alternatieven zoals het transformeren tot woningen of kantoorruimte tot de mogelijke opties. In Amsterdam wordt het voormalige V&D pand grotendeels getransformeerd naar kantoorgebouw,

terwijl alleen de plint (aan de Kalverstraat) een winkelbestemming houdt. Op het Rokin wordt het voormalige warehouse van Hudson's Bay omgebouwd tot het nieuwe hoofdkantoor van de Nederlandse fintech Adyen, terwijl in Eindhoven een flexibel werkplekconcept en vergaderzalen op de verdiepingen van het voormalige warehouse worden gerealiseerd. Ook zijn er diverse ontwikkelstudies verricht op de voormalige Hudson's Bay in Amersfoort, Haarlem, Leiden en Amstelveen, waarbij nauwelijks nog winkelvloeren worden toegepast op de tweede en bovengelige verdiepingen. Doordat winkelhuursprijsniveaus grosso modo zullen dalen en kantoren op multifunctionele en levendige omgevingen snel populair zijn geworden, ligt transformatie naar een kantoor voor de hand. Dit geldt echter niet alleen voor kantoren, ook de woonfunctie rukt op in de binnensteden. Wel dient opgemerkt te worden dat er nog altijd een grote discrepantie heerst tussen de boekwaardes en de marktwaarde, waardoor transformatie niet op korte termijn kan worden

gerealiseerd. Gedreven door de grote druk op de woningmarkt en de toegenomen populariteit om te werken, wonen én ontspannen in de levendige binnenstad met alle voorzieningen op loopafstand, zijn winkelpanden gewilde locaties om te wonen.

Anderzijds wordt op steeds meer plaatsen de winkelfunctie anders ingevuld, waarbij er een verschuiving plaatsvindt van het niet-dagelijkse naar het convenience segment dat vooral in de middelgrote en kleinere binnensteden of stadsdeelcentra zichtbaar is geworden. In Leiden biedt het voormalige V&D pand nu plaats aan de grootste Action van Nederland, in Enschede heeft het Hudson's Bay pand met Die 2 Bruder een nieuwe invulling als megasupermarkt dat specifiek is gericht op Duitse bezoekers en in Amsterdam-Noord exploiteert Lidl in het voormalige V&D pand haar grootste supermarkt in Nederland. Ook neemt het aantal AH to go's en Jumbo City's gestaag toe in de binnensteden.



OUTLOOK BELEGERSMARKT 2021

Beleggers anticiperen op het post-corona tijdperk met een sterke focus op winkelvastgoed in het convenience segment. Particuliere beleggers waren verantwoordelijk voor circa 85% van het beleggingsvolume en drukken daarmee een belangrijke stempel op de transactiedynamiek in 2020 die uitkwam op EUR 2,02 miljard. Met een aandeel van 14% in het totale investeringsvolume in commercieel vastgoed, presteerde het winkelsegment daarmee opvallend stabiel. De kopers richtten zich in hoge mate op de verwerving van supermarkten en wijkwinkelcentra/boodschappencentra met een relatief groot dagelijks productassortiment. Voor 2021 wordt een verdere daling van de aanvangsrendementen voor convenience verwacht omdat de vraag naar dit type vastgoed hoog zal blijven, terwijl het aanbod verder afneemt. Er is sprake van een grote discrepantie tussen vraag en aanbod. Het absolute top-product qua convenience zal in 2021 schaars naar de markt komen. Dit zal beleggers dwingen hun beleggingsprofiel aan te passen en genoegen te nemen met voor hen suboptimale convenience centra. Private ondernemingen en particuliere fondsen stappen meer en meer in het convenience segment en willen daarmee hun portefeuilles van een solide fundament voorzien, risicospreiding en meer diversificatie binnen de portefeuille, stabiele cashflow en zijn bereid lagere aanvangsrendementen te betalen.

Relatief veel aanbod op de winkelbeleggingsmarkt bevindt zich in de grotere en kleinere binnensteden, zowel in de vorm van solitaire winkelpanden als

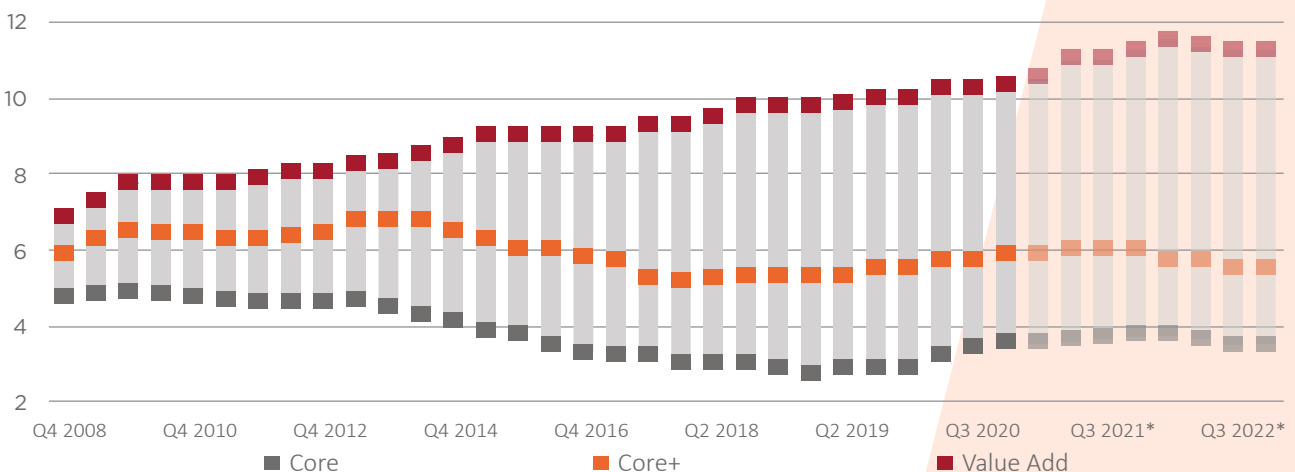
de binnenstedelijke (fashion gerelateerde) winkelcentra. Er is beperkte interesse in dit vastgoed als gevolg van een onduidelijke perspectief op solvabele huurders en de daarmee gepaard gaande onzekerheid met betrekking tot een solide cashflow. De terughoudendheid wordt verder versterkt doordat de financieringsmarkt onder aanvoering van de Nederlandse grootbanken momenteel sterk risico avers is met betrekking tot het verstrekken van nieuwe financieringen voor retail gerelateerd vastgoed, met uitzondering van supermarkten en convenience gedreven winkelcentra. Het vereist creativiteit van verkopende partijen om het aanbod zodanig te structureren dat kopen aantrekkelijker wordt voor private beleggers die niet afhankelijk zijn van een externe financiering.

Ondanks de lastige verkoopomstandigheden wordt er door particuliere investeerders wel degelijk in de kernwinkelgebieden gekocht. Voorkeur van deze beleggers heeft de propositie waarbij woningen kunnen worden gerealiseerd op de bovengelige verdiepingen en waarbij de ontsluiting van deze verdieping goed gearrangeerd kan worden. Een relatief nieuwe categorie kopers, die zich het komend jaar verder zal manifesteren, zijn lokale overheden die een steeds actievare rol hebben in het verkleinen van het winkellandschap binnen hun gemeente.

Op die manier geven ze richting aan het realiseren van een leefbare en compacte winkelstad, waar het naast winkelen ook goed werken, wonen en ontspannen is.

Ontwikkeling en prognose van bruto aanvangsrendementen

in %, Core-, Core+ en Valueadd (k.k.) voor winkelruimte (bron: C&W)



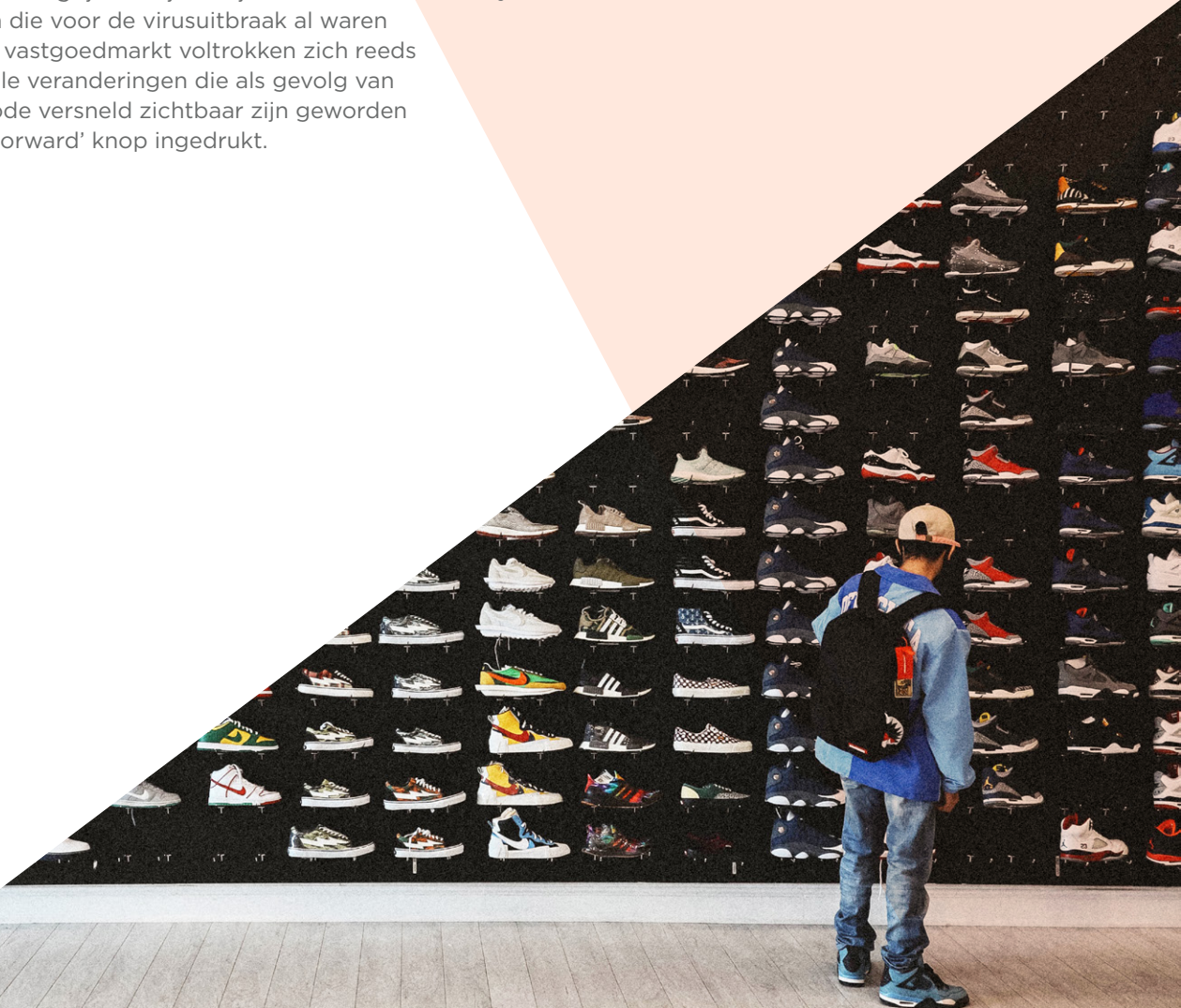
FAST FORWARD 2021

Anders dan eerdere recessies, vindt de huidige crisis niet zijn oorsprong in systematische economische of maatschappelijke weeffouten. Als het virus nog dit jaar kan worden bedwongen, staat niets een snel economisch herstel in de weg.

Het CPB gaat in haar basisraming uit van een economisch herstel van 2,8% in 2021. De werkloosheid zal in het tweede kwartaal van 2021 pieken om 6,1% om vervolgens weer licht te dalen. Het alternatieve start-stop scenario gaat echter uit van een verdere economische krimp van 1% in 2021 indien de huidige lockdown nog meerdere keren gedurende het jaar moet worden ingezet om het aantal besmettingen te beperken. In dat scenario loopt de werkloosheid op naar bijna 8%.

Het is daarom belangrijk te blijven kijken naar de ontwikkelingen die voor de virusuitbraak al waren ingezet. Op de vastgoedmarkt voltrokken zich reeds grote structurele veranderingen die als gevolg van de coronaperiode versneld zichtbaar zijn geworden en is de 'Fast Forward' knop ingedrukt.

In alle opzichten was 2020 een bijzonder jaar voor de winkelmarkt. Grote onzekerheid over het verloop en de uitwerking van de coronapandemie heeft ervoor gezorgd dat, hoewel afhankelijk van subsectoren, vrijwel alle retailers met een niet dagelijks productassortiment in economisch zwaar weer verkeren. In de loop van 2021 zullen zich de daadwerkelijke gevolgen presenteren. Als de steunmaatregelen van de overheid worden beëindigd en er zich (uitgestelde) faillissementen gaan voordoen, gaan de bewezen veerkrachtige retailers zich oprichten en zich aanpassen aan een nieuwe realiteit. Een realiteit die zich ontwikkelt in de richting van leefbare en levendige binnensteden, waar wonen, werken, winkelen en ontspanning/leisure hand in hand gaan en waarbij het online verkoopkanaal voor de retailer net zo belangrijk is geworden als de fysieke winkels zelf.





Cushman & Wakefield Nederland
Gustav Mahlerlaan 362-364
1082 ME Amsterdam



ARJEN BOESVELDT

Head of Retail Netherlands
arjen.boesveldt@cushwake.com



HANS HINFELAAR

Partner – Capital Markets
hans.hinfelaar@cushwake.com



JOS HESSELINK

Research Lead
jos.hesselink@cushwake.com