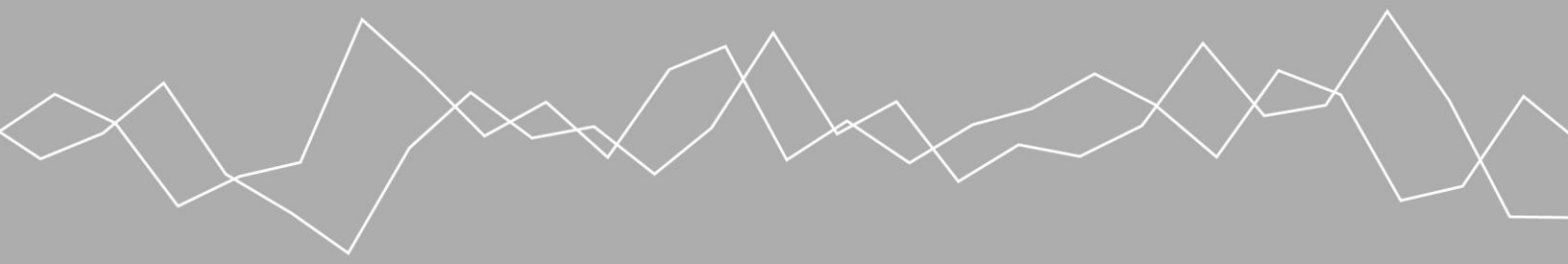
Marktwerking en knelpunten in de huurmarkt voor retail vastgoed



seo economisch onderzoek

Amsterdam, juni 2019
In opdracht van het ministerie van Economische Zaken en Klimaat

Marktwerking en knelpunten in de huurmarkt voor retailvastgoed

Gerben de Jong
Christiaan Behrens
Nard Koeman
Erik Brouwer

seo economisch onderzoek

SEO Economisch Onderzoek - Roetersstraat 29 - 1018 WB Amsterdam - T (+31) 20 525 1630 - www.seo.nl - secretariaat@seo.nl
ABN-AMRO IBAN: NL14ABNA0411744356 BIC: ABNANL2A - ING: IBAN: NL96INGB0004641100 BIC: INGBNL2A
KvK Amsterdam 41197444 - BTW NL 003023965 B01

"De wetenschap dat het goed is"

SEO Economisch Onderzoek doet onafhankelijk toegepast onderzoek in opdracht van overheid en bedrijfsleven. Ons onderzoek helpt onze opdrachtgevers bij het nemen van beslissingen. SEO Economisch Onderzoek is gelieerd aan de Universiteit van Amsterdam. Dat geeft ons zicht op de nieuwste wetenschappelijke methoden. We hebben geen winstoogmerk en investeren continu in het intellectueel kapitaal van de medewerkers via promotietrajecten, het uitbrengen van wetenschappelijke publicaties, kennisnetwerken en congresbezoek.

SEO-rapport nr. 2019-25

Informatie & Disclaimer
SEO Economisch Onderzoek heeft op de verkregen informatie en data geen onderzoek uitgevoerd dat het karakter draagt van een accountantscontrole of due diligence. SEO is niet verantwoordelijk voor fouten of omissies in de verkregen informatie en data.

Copyright © 2019 SEO Amsterdam. Alle rechten voorbehouden. Het is geoorloofd gegevens uit dit rapport te gebruiken in artikelen, onderzoeken en collegesyllabi, mits daarbij de bron duidelijk en nauwkeurig wordt vermeld. Gegevens uit dit rapport mogen niet voor commerciële doeleinden gebruikt worden zonder voorafgaande toestemming van de auteur(s). Toestemming kan worden verkregen via secretariaat@seo.nl

Samenvatting

Op de huurmarkt voor retailvastgoed zijn de vraag naar en het aanbod van winkelvastgoed niet per definitie in evenwicht. Leegstand van winkelpanden is dan een mogelijk gevolg. Dit rapport identificeert en analyseert zeven knelpunten in deze specifieke vastgoedmarkt.

Achtergrond en onderzoeksvragen

Ontwikkelingen in de retailsector gaan snel en leegstand, diversiteit in de winkelstraat en transformatie van winkelpanden staan op de agenda van landelijke, regionale en lokale beleidsmakers. De gevolgen van deze ontwikkelingen worden daarbij steeds duidelijker zichtbaar in de Nederlandse winkelgebieden.

De Retailagenda is een initiatief van het ministerie van Economische Zaken en Klimaat (hierna EZK) om met alle betrokken partijen samen te werken aan vitale winkelgebieden. Het ontbreekt de betrokken partijen op dit moment echter aan een gedeelde visie over de werking van de huurmarkt voor retailvastgoed. Het ministerie van EZK heeft SEO Economisch Onderzoek (hierna SEO) gevraagd om te onderzoeken of deze markt zich gedraagt zoals vanuit economisch oogpunt verwacht mag worden of dat er in deze markt fundamentele verstoringen zijn.

Via een combinatie van literatuuronderzoek, economische theorie, data-analyse en het voeren van gesprekken met betrokkenen, geeft dit rapport antwoord op de volgende twee onderzoeksvragen:

1. Hoe werkt de huurmarkt voor vastgoed in de retailsector?
2. Zijn er knelpunten die marktwerking in de weg staan?

In het rapport wordt gebruik gemaakt van het Structuur-Gedrag-Prestatie-model (SGP) om de markt en de mogelijke knelpunten te beschrijven.

De huurmarkt voor retailvastgoed

De vraag van winkeliers naar en het aanbod van eigenaren van retailruimte vormt de kern van de huurmarkt. In deze markt is de winkelier bereid een huurprijs te betalen voor een winkelruimte die in verhouding staat tot de marge die hij met deze ruimte kan behalen.[1] Zowel de vraag als het aanbod is locatie- en pand-specifiek.

Veranderingen in consumentenvoorkeuren, demografische ontwikkelingen en ontwikkelingen op de kapitaalmarkt beïnvloeden de werking van deze markt. Zo leidt de opkomst van online winkelen, bijvoorbeeld, tot meer druk op het verdienmodel van de winkelier en daarmee tot een daling van de huurprijs die de winkelier bereid is te betalen. Een lage rentestand op de kapitaalmarkt zorgt daarentegen bijvoorbeeld voor meer investeringen in vastgoed, zelfs als de onderliggende vraag naar winkelruimte van winkeliers niet stijgt.

Als de gevraagde huurprijs niet in overeenstemming is met wat ondernemers kunnen of willen betalen voor winkelruimte, kan dit tot leegstand leiden. Leegstand is niet per definitie een knelpunt, maar is een marktuitkomst als vraag en aanbod niet in evenwicht zijn.

[1] Het is ook mogelijk dat de winkelier eigenaar is van het pand; het vastgoed behoort dan niet tot de in dit rapport geanalyseerde huurmarkt en blijft dus buiten beschouwing.

Knelpunten en effecten

In de analyse worden zeven potentiële knelpunten geïdentificeerd die de werking van deze markt mogelijk belemmeren. Tabel S.1 vat deze knelpunten samen, benoemt de impact, en geeft aan of deze knelpunten volgen uit de literatuur, data analyse, en/of de gesprekken met betrokkenen. Hieronder volgt een korte toelichting op deze knelpunten.

1. **Winkelexternaliteiten** versterken de leegstand. Winkelexternaliteiten zijn de negatieve effecten van eventuele leegstand op omliggende panden waar de eigenaar van het leegstaande pand onvoldoende rekening mee houdt. In de literatuur en de gesprekken komt naar voren dat er hierdoor suboptimale leegstand ontstaat.
2. Het **aanbod van winkelruimte is op korte termijn inelastisch**. Dit is inherent aan vastgoed. Op de langere termijn past het aanbod zich meestal wel aan. Daar waar de aanpassing niet plaatsvindt ontstaat het risico op zichzelf versterkende leegstand. Door te laten zien dat er tegelijkertijd sprake is van lokale overschotten en tekorten aan winkelruimte, ondersteunt de data analyse het beeld dat het aanbod op korte termijn inelastisch is.
3. Uit het juridisch kader blijkt dat het **mechanisme van huurprijsaanpassingen** leidt tot een demping in de prijsontwikkeling. Hierdoor kunnen huurprijzen structureel op- en neerwaarts afwijken van het realistische prijsniveau in de markt. De data suggereren dat dit het geval is.
4. **Beleidsconcurrentie** tussen gemeenten of regio's kan op regionaal niveau leidt tot een overaanbod van winkelruimte. Provincies onderkennen dit risico en hebben de afgelopen jaren hierin de regie genomen.
5. Betrokkenen geven aan dat **huurbescherming** één van de redenen is dat verhuurders minder vaak met kleinere partijen in zee gaan.[2] Daardoor kan de huurbescherming een toegangsbarrière vormen. De data bevestigen het beeld dat kleine huurders vooral met kleinere verhuurders een huurovereenkomst afsluiten.
6. Betrokkenen benoemen **overstapkosten** als een knelpunt. De kosten om te switchen van winkelruimte kunnen hoog zijn. De verhuurder heeft daardoor een sterkere onderhandelingspositie. Naast een verdelingseffect tussen huurder en verhuurder, leidt dit mogelijk ook tot minder transacties.
7. De literatuur en gesprekspartners benoemen **informatieasymmetrie** tussen kleine en grote partijen als een knelpunt waardoor mogelijk minder transacties tot stand komen.

Tabel S.1 Zeven knelpunten in de huurmarkt voor retailvastgoed

		Bevestiging van knelpunt gevonden in?			
	Knelpunt	Literatuur	Data-analyse	Gesprekken	Mogelijk (economisch) effect
1	Winkelexternaliteiten	✓		✓	Suboptimale leegstand
2	Korte termijn inelastisch aanbod	✓	✓	✓	(Lokale) overschotten en tekorten aan winkelruimte
3	Huurprijsmechanisme	✓	✓	✓	Huurprijzen die structureel afwijken van de marktniveaus
4	(Beleids)concurrentie	✓			Overaanbod van winkelruimte
5	Huurbescherming		✓	✓	Toegangsbelemmering voor kleine huurders
6	Overstapkosten			✓	Onderhandelmacht verhuurder
7	Informatieasymmetrie	✓		✓	Suboptimale huurtransacties

Bron: SEO Economisch Onderzoek (2019)

[2] Professionaliteit en het risicoprofiel van kleinere huurders worden ook genoemd als mogelijke overwegingen voor verhuurders om minder snel een huurovereenkomst met kleinere partijen aan te gaan.

Inhoud

Samenvatting ..... **i**

1 Inleiding **1**

2 Retailhuurmarkt in vogelvlucht **3**
2.1 Kengetallen retaillandschap 3
2.2 Economisch model retailhuurmarkt 5
2.3 Economische inzichten bestaand onderzoek 9
2.4 Knelpunten vanuit de economische theorie 13

3 Juridisch kader **15**
3.1 Wetgeving 15
3.2 Drie pijlers van huurbescherming 16
3.3 Knelpunten vanuit analyse juridisch kader 19

4 Structuur van de retailhuurmarkt **21**
4.1 Exogene factoren 21
4.2 Typen huurders en verhuurders op de markt 30
4.3 Concentratiegraad 34
4.4 Knelpunten vanuit analyse structuur 39

5 Gedrag van verhuurders en huurders **41**
5.1 Mutaties in voorraad winkelruimtevastgoed 41
5.2 Huurprijsontwikkelingen 46
5.3 Knelpunten vanuit analyse gedrag 49

6 Prestaties van de retailhuurmarkt **51**
6.1 Leegstand 51
6.2 Winsten vastgoedeigenaren 56
6.3 Knelpunten vanuit analyse prestatie 58

7 Conclusie **59**

Literatuur **63**

Bijlage A Verantwoording SGP-model **67**

Bijlage B Gebruikte databronnen **69**

Bijlage C Gesprekpartners **73**

Bijlage D Brief begeleidingscommissie **75**

1 Inleiding

Waaruit bestaat de huurmarkt voor retailvastgoed en hoe functioneert deze markt? Naast het geven van een marktbeschrijving, identificeert dit rapport mogelijke knelpunten in deze markt.

Aanleiding en onderzoeksvragen

De retailsector verandert, en het winkellandschap verandert mee.[3] In de afgelopen jaren is er veel aandacht voor de leegstand van winkelruimte in binnensteden, faillissementen van grote winkelketens, het transformeren van winkelpanden tot woningen om de druk op de woningmarkt te verlichten en de diversiteit van het aanbod in de winkelstraat. Om deze veranderingen in kaart te brengen en te komen tot eventuele gezamenlijke actie is op initiatief van het ministerie van Economische Zaken en Klimaat (EZK) de Retailagenda gestart. Aan dit overleg nemen zowel vertegenwoordigers van huurders als verhuurders deel.

De betrokken partijen binnen de Retailagenda hebben geen gedeelde visie over de werking van de huurmarkt voor commercieel vastgoed, en dan met name retailvastgoed. Zijn er fundamentele problemen met deze markt of gedraagt de markt zich zoals men vanuit economisch oogpunt mag verwachten?

Het ministerie van EZK heeft SEO Economisch Onderzoek gevraagd om een onderzoek uit te voeren naar de werking van deze specifieke markt. Een belangrijk onderdeel van het onderzoek is in kaart brengen welke feitelijke data er beschikbaar zijn om conclusies te kunnen trekken over mogelijke knelpunten in deze markt. Uit vooronderzoek naar de databeschikbaarheid blijkt dat ondanks verschillende (markt)initiatieven om data te verzamelen, er sprake is van een sterk gefragmenteerd databeeld. Om deze markt te bestuderen is het daarom noodzakelijk om verschillende datasets met elkaar te combineren.

De twee onderzoeksvragen luiden: *Hoe werkt de huurmarkt voor vastgoed in de retailsector?* en *Zijn er knelpunten die (een goede) marktwerking in de weg staan?* De twee vragen hangen nauw met elkaar samen. Door de werking van de huurmarkt nauwkeurig te beschrijven aan de hand van kwantitatieve informatie, bestaande studies en gesprekken met deskundigen, is het mogelijk deze werking in een breder economisch perspectief te plaatsen. Denk hierbij aan de mate waarin en de snelheid waarmee vraag en aanbod zich aan elkaar aanpassen. Het tweede onderdeel van de onderzoeksvraag ziet toe op het identificeren van mogelijke oorzaken van een eventueel gebrek aan (goede) marktwerking. Het onderzoek focust op het signaleren van mogelijke knelpunten; een analyse van mogelijke passende beleidsinterventies valt buiten de reikwijdte van het onderzoek.

Onderzoeksaanpak

Om tot een gestructureerde marktbeschrijving te komen maakt dit onderzoek gebruik van het zogenoemde Structuur-Gedrag-Prestatie-model (SGP). Dit is een veelgebruikt en breed geaccepteerd

[3] Dit onderzoek gaat specifiek over retail. Retail omvat winkels, horecazaken en particuliere dienstverleners in (winkel)panden. Onder detailhandel vallen enkel winkeliers. Detailhandel is dus een onderdeel van de retailsector.

model dat een systematisch denkkader vormt voor het beschrijven van een markt.[4] De samenhang tussen de verschillende elementen van het SGP-model en de werking van de vastgoedmarkt wordt beschreven aan de hand van de economische theorie. Het juridisch kader is onderdeel van het onderzoek en wordt apart behandeld.

Vervolgens wordt gekeken in hoeverre er voor elk van de elementen kwantitatieve onderbouwing op basis van de beschikbare data mogelijk is. Hiervoor is gebruikgemaakt van verschillende datasets waaronder die van Locatus, Strabo, Vastgoeddata en het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS).[5] Daarnaast is ook data verzameld uit geschreven bronnen, zoals jaaroverzichten van vermogensbeheerders, jaarverslagen van institutionele beleggers en onderzoeksrapporten.

Om inzicht te verkrijgen over die elementen waarvoor weinig of geen openbare informatie beschikbaar is, zijn gesprekken met experts gevoerd. Ten slotte hebben ook de leden van de begeleidingscommissie hun kennis met ons gedeeld. De experts en leden van de begeleidingscommissie zijn vermeld in Bijlage C.

Hoofdstuk 2 start met het beschrijven van een economisch model van vastgoedmarkten, geeft een korte marktschets op basis van kengetallen en bespreekt de inzichten uit de relevante literatuur. Het juridisch kader staat weergegeven in hoofdstuk 3. Hoofdstuk 4 behandelt het onderdeel structuur van het SGP-model, en kijkt onder andere naar exogene factoren en de concentratie van huurders en verhuurders. In hoofdstuk 5 staan het ontwikkelen en onttrekken van retailvastgoed en de huurprijsontwikkeling centraal als onderdeel van het gedrag. Hoofdstuk 6 kijkt naar de prestaties van deze markt en focust daarbij op leegstand en rendementen voor vastgoedeigenaren. Hoofdstuk 7 geeft een symbiose en trekt conclusies. Op de hoofdstukken 1 en 7 na, sluit elk hoofdstuk af met een korte conclusie waarin de in dat hoofdstuk geïdentificeerde knelpunten staan genoemd.

4 Bijlage A geeft een beschrijving van de componenten en de (economische) achtergrond van het SGP-model.

5 Bijlage B geeft een overzicht van de gebruikte databronnen in dit onderzoek. De verschillende datasets zijn niet in alle dimensies onderling consistent. Zo is het onderscheid tussen retail en detailhandel niet overal toepasbaar en is de definitie van winkelgebieden specifiek voor Locatus, maar bestaat deze indeling niet in andere databronnen. Om de databronnen consistent te maken en het zoeken naar kruisverbanden mogelijk te maken, zijn verschillende aannames gedaan. Deze zijn ook terug te vinden in de bijlage.

2 Retailhuurmarkt in vogelvlucht

Nederland telt meer dan twintig miljoen vierkante meter winkelvloeroppervlakte voor detailhandel binnen winkelgebieden. De literatuur benadrukt dat de huurprijs die een ondernemer kan betalen sterk samenhangt met de marge die de ondernemer in die winkelruimte kan realiseren. Dit hoofdstuk introduceert verschillende economische mechanismen die een rol spelen in de retailhuurmarkt.

2.1 Kengetallen retaillandschap

Winkelgebieden en voorraad retailvastgoed

Het aanbod van retailvastgoed is in Nederland voor een groot deel gesitueerd in winkelgebieden. In totaal zijn er in 2018 2.470 winkelgebieden (Locatus, 2018a).[6] In deze gebieden is een grote hoeveelheid en verscheidenheid aan winkels, horecazaken en particuliere dienstverleners te vinden. Ongeveer 65 procent van alle retailverkooppunten bevindt zich in winkelgebieden.[7]

Er zijn grote verschillen tussen winkelgebieden. De binnenstad van Amsterdam bedient een ander publiek dan een klein wijkcentrum in een plattelandsgemeente. Deze geografische verschillen zijn van invloed op de vraag naar en het aanbod van te huren winkelruimte. Tegelijkertijd kan er ook sprake zijn van een geografische mismatch. Uit de gesprekken komt bijvoorbeeld naar voren dat juist in de relatief aantrekkelijke binnenstedelijke winkelgebieden vraag is naar winkelruimte met een grotere omvang dan waar de bestaande voorraad in voorziet.

Tabel 2.1 laat zien hoeveel winkelgebieden er van elk type in Nederland zijn, het gemiddelde aantal verkooppunten, de gemiddelde omvang van het winkelgebied en de gemiddelde omvang van een winkelruimte daar. De eerste kolom geeft een typering van elk winkelgebied zoals deze in de voor dit onderzoek beschikbare Locatus-data gedefinieerd is. De binnensteden van grote steden in Nederland vertegenwoordigen de grootste winkelgebieden. Kleine winkelgebieden waaronder kleine kernverzorgende centra, wijkcentra en buurtcentra komen relatief vaker voor.

In Tabel 2.1 valt op dat met name de bestaande voorraad in de binnenstedelijke winkelstraat uit relatief kleine ruimtes bestaat, met gemiddeld zo'n 149 vierkante meter per verkooppunt. In grootschalige concentraties zijn juist zeer grote panden gevestigd. In dit type winkelgebied komt de consument doorgaans ook om doelgericht te winkelen (bv. meubelboulevards). Vanwege het bijzondere karakter van deze gebieden laten we dit type winkelgebied bij de verdere analyses buiten beschouwing.

6 Dit aantal is exclusief speciale winkelgebieden zoals stationspleinen en winkelcentra in luchthavens.
7 Zie: https://locatus.com/blog/lost-afschaffen-verspreide-bewinkeling-de-leegstand-op/.

Tabel 2.1 De omvang van winkelgebieden hangt samen met het soort winkelgebied (2018)[8]

Type winkelgebied	aantal in NL	gemiddeld aantal verkooppunten	gemiddelde m² winkelvloeroppervlakte	gemiddelde m² winkelvloeroppervlakte per verkooppunt
Centrale winkelgebieden				
Binnenstad	17	1.293	116.395	200
Hoofdwinkelgebied groot	30	509	59.618	218
Hoofdwinkelgebied klein	77	256	31.631	214
Kernverzorgend centrum groot	154	126	14.960	200
Kernverzorgend centrum klein	623	35	3.941	203
Kernverzorgend supermarktcentrum	33	9	1.060	266
Ondersteunende winkelgebieden				
Stadsdeelcentrum	29	117	19.321	250
Binnenstedelijke winkelstraat	56	197	14.053	149
Wijkcentrum groot	111	64	6.584	195
Wijkcentrum klein	520	25	3.454	269
Buurtcentrum	423	13	1.549	239
Supermarktcentrum	208	7	1.595	430
Overige winkelgebieden				
Grootschalige concentratie	189	25	24.974	1.502

Bron: Locatus (2018a), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

Geografische spreiding winkelgebieden

Figuur 2.1 toont de spreiding van de winkelgebieden en verkooppunten over Nederland. Elke cirkel vertegenwoordigt een gemeente. De omvang van de cirkel geeft aan hoeveel winkelgebieden er in elke gemeente zijn.[9] De kleur geeft aan hoeveel verkooppunten er gemiddeld in deze winkelgebieden te vinden zijn. Gemeten in het aantal winkelgebieden en verkooppunten per winkelgebied is er sprake van een concentratie in de Randstad. Deze concentratie hangt samen met de concentratie van de Nederlandse bevolking. De winkelvloeroppervlakte per inwoner is overigens in de Randstad lager.

Aanbod in huur of koop en aandeel eigenaar-gebruiker

Het merendeel van het huidige beschikbare aanbod op de markt voor retailvastgoed bestaat uit te huren winkelruimte. In Nederland staan er in februari 2019 ongeveer 6.500 winkelruimtes te huur via het online zoekplatform Ventu.nl, terwijl er ongeveer 2.000 te koop staan. Driekwart van het beschikbare aanbod bestaat dus uit huur, daarmee vormt de huurmarkt een belangrijk deel van de markt voor retailvastgoed.[10] Buitelaar et al. (2016) maken in hun onderzoek onderscheid tussen eigenaar-gebruikers en eigenaar-beleggers, ongeveer 75 procent van de waargenomen transacties betreft beleggingstransacties. Verschillende gesprekspartners geven aan dat eigenaar-gebruikers geen actieve rol spelen in de huurmarkt voor retailvastgoed. Vastgoed van deze groep is niet of

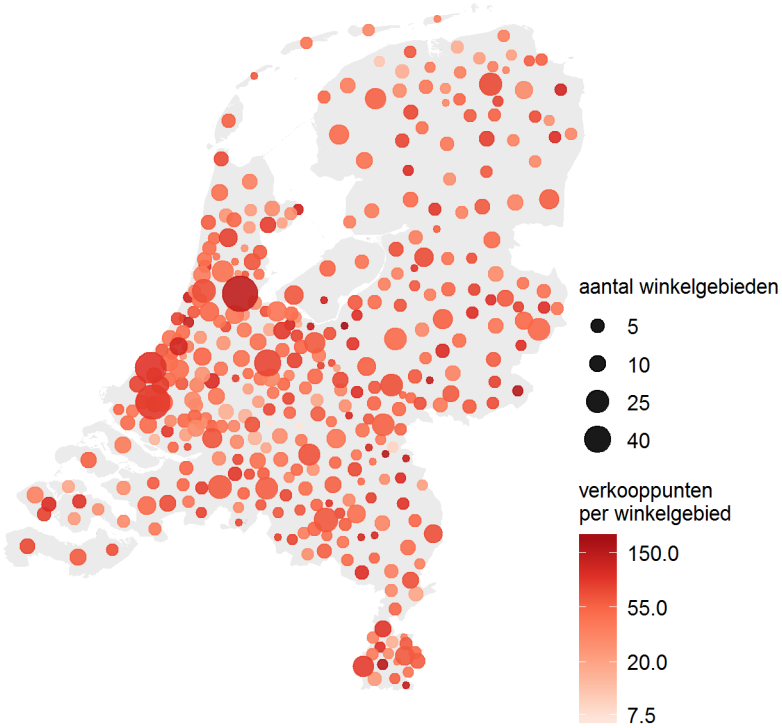
8 De verkooppunten bestrijken de hele retail, terwijl het winkelvloeroppervlakte enkel voor de detailhandel bekend is. Vermenigvuldiging van de kolommen 2 en 4 in Tabel 2.1 leiden daarom *niet* tot de totale omvang van de retailvastgoedmarkt binnen winkelgebieden.

9 De schaal van de omvang is continu. Een gemeente met zes winkelgebieden heeft een grotere cirkel dan een gemeente met vijf winkelgebieden. Amsterdam heeft met 84 de meeste winkelgebieden.

10 In totaal staan er ongeveer 9.000 winkelruimtes op Ventu.nl, terwijl Locatus een leegstand van ongeveer 15.000 panden registreert.

slechts in geringe mate beschikbaar voor de huurmarkt. Deze groep wordt in dit onderzoek daarom verder buiten beschouwing gelaten.a

Figuur 2.1 Winkelgebieden zijn geconcentreerd in de Randstad (2018)



Bron: Locatus (2018a), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

2.2 Economisch model retailhuurmarkt

Vastgoedmarkt

De retailhuurmarkt is een vastgoedmarkt. Eigenaren van winkelruimte zorgen voor aanbod en ondernemers bepalen de vraag naar winkelruimte. Daar waar vraag naar en aanbod van winkelruimte elkaar treffen, komt een prijs tot stand en mogelijk ook een transactie. Figuur 2.2 geeft een schematisch overzicht van de voor dit onderzoek belangrijkste dimensies van deze markt. Het schema integreert het marktmodel met het SGP-analysekader door de verschillende items te labellen als structuur, gedrag, prestatie of een combinatie van deze drie. Elk van deze drie labels heeft in de figuur een andere kleur, respectievelijk rood, blauw of geel.

De geografische dimensie komt op verschillende plekken in Figuur 2.2 naar voren, maar niet expliciet in de boxen huurmarkt en aanbod. Voor nagenoeg alle genoemde items is er sprake van een geografische dimensie. De figuur moet dan ook gelezen worden als een model voor de huurmarkt in een bepaalde locatie. De ontwikkelingen in andere locaties spelen mogelijk een rol. Zo is het aanbod van retailruimte plaatsgebonden en afhankelijk van de functie van het verzorgingsgebied. Het aanbod in een alternatieve locatie kan dus invloed hebben op de keuze van een ondernemer om een bepaalde huurovereenkomst wel of niet aan te gaan. Hetzelfde geldt overigens voor een eventueel gebrek aan passend aanbod in alternatieve locaties.

Het aanbod van retailruimte hangt af van de bestaande voorraad en de veranderingen in de voorraad door onttrekking en nieuwbouw. Daarnaast kunnen er ook investeringen plaatsvinden in de bestaande voorraad om op die manier de kwaliteit op peil te houden of te verhogen en zo het aanbod aantrekkelijker te maken voor de vragers naar retailruimte. Specifieke kenmerken van het winkelvastgoed, waaronder de kwaliteit, zijn een andere dimensie die niet expliciet is weergegeven in de figuur. Ook hier geldt dat de huurmarkt mogelijk is opgedeeld in meerdere markten op basis van de kenmerken van het vastgoed.[11]

Figuur 2.2 toont ook de exogene factoren die in dit onderzoek aan bod komen, waaronder demografische ontwikkelingen, de online/offline concurrentie op het verdienmodel van de ondernemer, en de (huur)wetgeving. De exogene factoren hangen mogelijk samen, zo zullen de bestedingen van consumenten sterker toenemen als de economie groeit. Ten slotte geeft Figuur 2.2 aan dat de kenmerken van huurders en verhuurders, en dan met name hun concentratiegraad en relatieve onderhandelingspositie, een rol spelen op de huurmarkt voor retailvastgoed.

Huurprijzen en de kapitaalmarkt

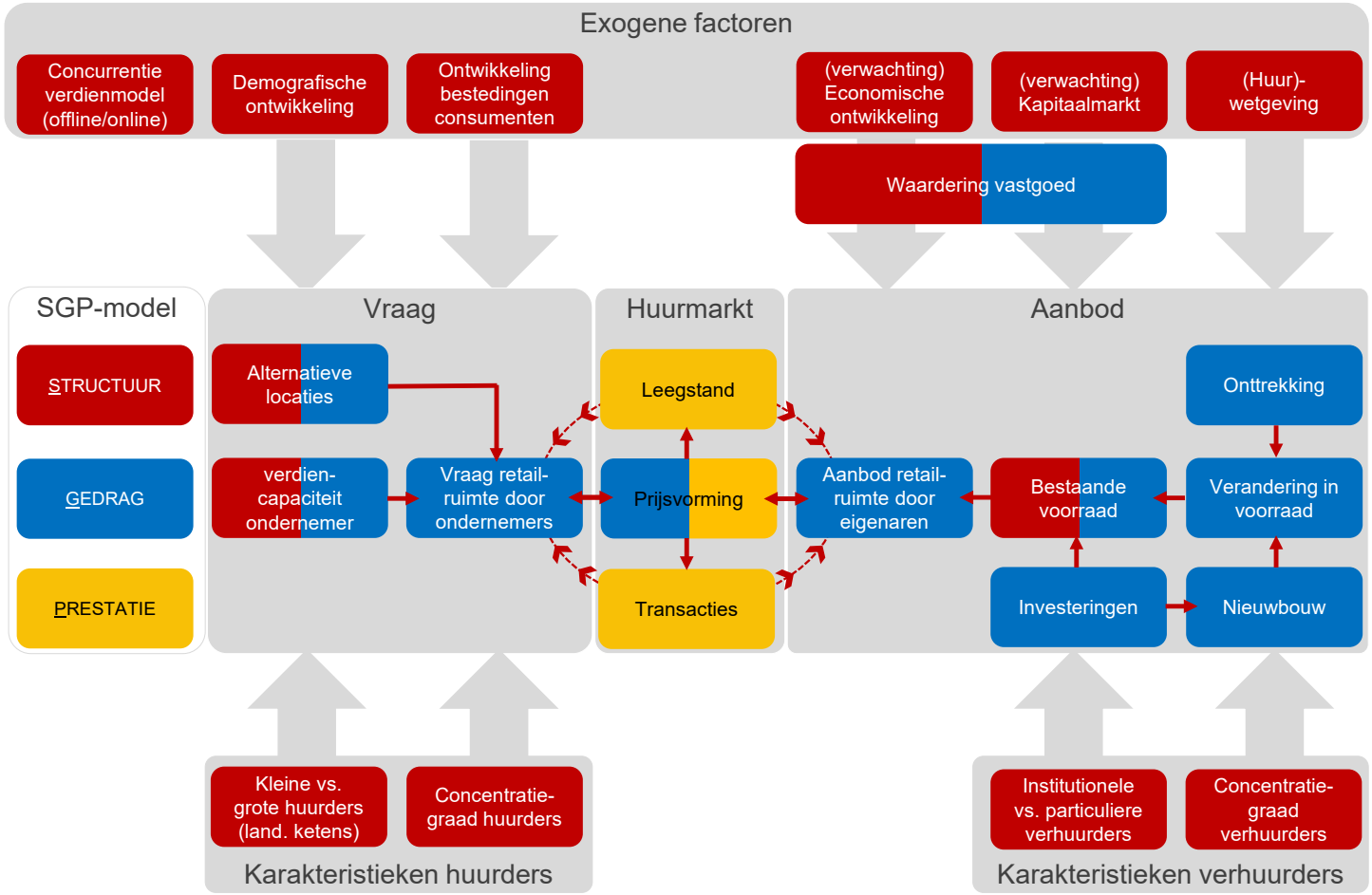
Wat bepaalt de vraag naar winkelruimte en de prijs die een ondernemer bereid is daarvoor te betalen? De huurprijs die een ondernemer bereid is te betalen moet in verhouding staan tot de marge die de ondernemer met die winkelruimte kan behalen. In het meest elementaire ruimtelijk evenwichtsmodel van grondgebruik is dit één van de belangrijkste aannames. Diegene die het meest bereid is te betalen voor de winkelruimte zal ook gebruik kunnen maken van deze winkelruimte. De allocatie van winkelruimte tussen ondernemers gaat in dit model via het zogenoemde 'left over principle'. Dit houdt in dat aanbieders van winkelruimte alle (over)winsten van ondernemers afromen via de huurprijs van de winkelruimte. Dit argument gaat ervan uit dat als een individuele ondernemer niet bereid is om de gehele (over)winst uit te geven aan de huur, deze wordt overboden door een gelijksoortige ondernemer die hiertoe wel bereid is.

Hoewel bovenstaande redenering uitgaat van een sterk vereenvoudigd model en de werkelijkheid vele malen complexer is, blijft het principe dat de huurprijs in verhouding staat tot de via die ruimte gerealiseerde marge overeind. In principe leidt dit mechanisme tot een efficiënte allocatie van winkelruimte. De ondernemer met de hoogste betalingsbereidheid huurt uiteindelijk de winkelruimte.

Er is een relatie tussen de markt voor vastgoed en de kapitaalmarkt en deze bevindt zich vooral in het aanbodgedeelte van de markt. Kort gezegd leiden vraag en aanbod tot een huurprijs, Box 2.1 geeft meer details. Deze huurprijs bepaalt het inkomen voor de vastgoedeigenaren. De economische waardering van het vastgoed volgt uit dit inkomen en het gewenste rendement op dit vastgoed. Het gewenste rendement is afhankelijk van hoeveel rendement er te behalen is met alternatieve beleggingen. Op basis van de economische waardering van vastgoed vinden er vervolgens investeringen plaats in nieuwbouw waardoor vraag en aanbod van vastgoed in evenwicht komen of blijven.

[11] De vraag in hoeverre panden met andere kenmerken, zoals locatie, omvang, of het aantal verdiepingen, daadwerkelijk tot één markt behoren. Een marktafbakening valt buiten de reikwijdte van dit onderzoek. De vraag of het aanbod van winkels voldoende divers is, is een vraag die de retailsector zelf betreft en niet enkel de huurmarkt voor het vastgoed. Deze vraag valt daarom ook buiten de reikwijdte van dit onderzoek.

Figuur 2.2 Het model van de retailhuurmarkt bestaat uit vraag, aanbod en exogene factoren



Bron: SEO Economisch Onderzoek

Box 2.1 Het basismodel van de samenhang tussen de kapitaal- en vastgoedmarkt

De markt voor vastgoed en de kapitaalmarkt zijn aan elkaar gerelateerd. Deze samenhang is een kernonderdeel van hoe de huurmarkt voor retailvastgoed werkt. Figuur 2.3 laat deze samenhang in modelvorm zien. Het linker diagram vormt het basisdiagram en bestaat uit vier kwadranten: rechtsboven, linksboven, linksonder en rechtsonder. De rechter kwadranten gaan over de vastgoedmarkt en de linker kwadranten over de kapitaalmarkt.

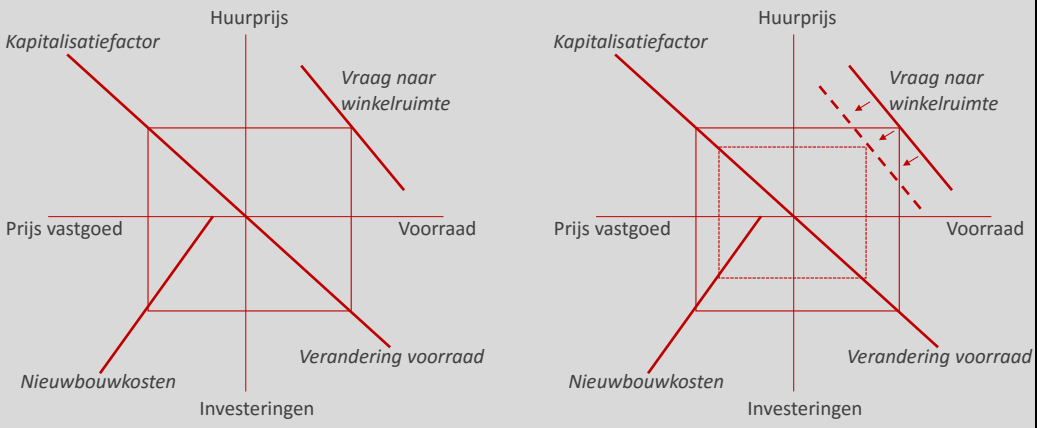
Startend vanuit het kwadrant rechtsboven is er een (evenwichts)huurprijs waarbij het aanbod van de bestaande voorraad gelijk is aan de vraag. Het aanbod van winkelruimte staat op de korte termijn vast en zal zich enkel door (des)investeringen over tijd kunnen aanpassen. Bij deze korte termijn (evenwichts)huurprijs hoort een bepaalde waardering van het onderliggende vastgoed. Deze waardering komt in het kwadrant linksboven tot stand. Om het voor eigenaren aantrekkelijk te laten zijn om vastgoed aan te houden en te verhuren, moet het rendement van het verhuren minimaal gelijk zijn aan de opportuniteitskosten. Opportuniteitskosten zijn gelijk aan het rendement gecorrigeerd voor het beleggingsrisico wat behaald zou kunnen worden met het geïnvesteerde kapitaal als het kapitaal niet in vastgoed zou zijn geïnvesteerd.

De functie in het kwadrant linksonder geeft voor elke hoeveelheid investeringen weer wat de nieuwbouwkosten zijn. Deze nieuwbouwkosten stijgen per eenheid nieuwbouw met de hoeveelheid die wordt bijgebouwd. De relatie met de prijs van vastgoed uit het kwadrant linksboven volgt uit de vaststelling dat eigenaren zullen blijven investeren in vastgoed tot de kosten om dit nieuwe vastgoed te realiseren gelijk zijn aan de prijs van vastgoed. Investeren ze minder dan kunnen ze winst behalen door meer te investeren, investeren ze meer dan zijn de kosten van die investering hoger dan de op dat moment geldende marktprijs en maken ze per saldo verlies.

Het kwadrant rechtsonder zorgt voor de link tussen het niveau van investeringen en de bestaande voorraad. De lijn in dit kwadrant toont dat gegeven het afwaarderen van vastgoed het noodzakelijk is om een bepaalde omvang aan investeringen daartegenover te zetten en op die manier de bestaande voorraad gelijk te houden. Investeringen in de kwaliteit van de bestaande voorraad zijn niet opgenomen in dit basismodel.

De diagrammen zijn bruikbaar voor statische analyses. Stel bijvoorbeeld dat door een exogene schok de vraag naar winkelruimte daalt. Dit kan bijvoorbeeld het geval zijn bij een verschuiving van offline naar online winkelen. Het rechter diagram laat de gevolgen zien, waarbij het hele diagram weer tegen de klok in doorlopen kan worden. De vraag daalt. Hierdoor dalen de huurprijzen en de prijzen van vastgoed. Dit betekent dat investeren minder aantrekkelijk is, en dat het niveau van investeringen daalt. Hierdoor krimpt de voorraad en ontstaat er een nieuw evenwicht.

Figuur 2.3 Een lagere vraag naar winkelruimte resulteert via de kapitaalmarkt op termijn in een kleinere voorraad winkelruimte



Bron: DiPasquale & Wheaton (1996), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

Dynamiek en leegstand

Naast geografie en productkenmerken is ook tijd een dimensie die van belang is in deze markt. De tijdsdimensie is op één plek expliciet weergegeven in Figuur 2.2. In de box huurmarkt is er een feedbackloop getekend tussen leegstand en transacties enerzijds en vraag en aanbod anderzijds. Als vraag en aanbod niet in evenwicht zijn, voorspelt de economische theorie dat het aanbod zich op termijn aanpast. In deze markt kan dit via aanpassingen in de prijs en/of in de voorraad.

De markt voor vastgoed heeft een sterk cyclisch karakter (Buitelaar et al., 2013). Dit cyclische karakter staat bekend als de varkenscyclus. Perioden van onderaanbod wisselen perioden van aanbodoverschot af. Dat het aanbod in deze markt reageert met een vertraging is structureel en komt onder andere door langetermijncontracten en de lange doorlooptijd van het hele bouwproces, startend met de investeringsbeslissing en eindigend met de oplevering. Dit houdt ook in dat leegstand een onderdeel is van de dynamische werking van de markt en niet noodzakelijk een indicatie is voor het niet functioneren van de markt.

2.3 Economische inzichten bestaand onderzoek

Er zijn verschillende studies waarin de ontwikkelingen in de huurmarkt voor retailvastgoed in Nederland aan bod komen. De verscheidenheid in typen studies is groot. Er zijn rapportages van brancheorganisaties en andere stakeholders, onderzoeken van de planbureaus en studies die zijn verschenen in wetenschappelijke tijdschriften. Ondanks deze verscheidenheid zijn er ook belangrijke overeenkomsten tussen deze studies, met name in het gebruik van onderliggende data – Locatus – en het aanwijzen van leegstand als indicatie voor het niet optimaal presteren van de markt.

Tabel 2.2 geeft een overzicht van de economische knelpunten, in sommige gevallen ook vormen van marktfalen, die zijn te identificeren op basis van de literatuurstudie. Het effect van deze mogelijke knelpunten op de huurmarkt voor retailvastgoed is ook weergeven. De belangrijkste effecten zijn leegstand, vertraging in de aanpassing van vraag en aanbod, en mogelijke verdelingseffecten tussen huurders (ondernemers) en verhuurders (eigenaren) van retailvastgoed.

Tabel 2.2 Uit de literatuur zijn verschillende potentiële economische knelpunten bekend

Mogelijk knelpunt	Effect	Bron (onder andere)
(Beleids)concurrentie	Overaanbod en leegstand	Buitelaar et al. (2013) & Retailland (2019)
Winkelexternaliteiten	Zichzelf versterkende leegstand	Ossokina et al. (2016) & Pasidis et al. (2019)
Prijsaanpassingen	Vraag en aanbod passen zich minder snel aan	Buitelaar et al. (2013) & Teulings et al. (2017)
Informatieasymmetrie	Mogelijke verdelingseffecten huurder vs. verhuurder	Buitelaar et al. (2016) Zuidema & van Geene (2018)

Bron: SEO Economisch Onderzoek (2019)

Focus op leegstand

Vermogensbeheerders met een portefeuille in vastgoed brengen geregeld een stand van de markt naar buiten. Deze marktrapportages bevatten vaak een apart hoofdstuk over de vastgoedmarkt voor winkel-/retailpanden (huur en koop) en combineren feitelijke inzichten over deze markt met meer subjectieve beleggingsvooruitzichten en adviezen. Een voorbeeld van zo'n rapport is de Outlook 2018-2020 van Syntrus Achmea.[12] In dit rapport valt de scheiding naar type winkelgebied en -regio op. Goede locaties in de kernwinkelgebieden van de grote steden (G15) of wijkwinkelcentra in stabiele verzorgingsgebieden krijgen een positieve waardering mee, terwijl voor alle overige win-

[12] Zie https://fi.intms.nl/fi_43a1c02c/files/downloads/nl-syntrus-achmea_outlook_2018-2020-1.pdf.

kelgebieden een dalend huur- en waardeperspectief geldt. Daarnaast benoemt het rapport het overschot aan winkels in veel steden en wijken van steden als een zwakte in de markt, terwijl op goede locaties door de gunstige economische ontwikkelingen er juist te weinig aanbod is. Deze tweedeling komt ook duidelijk naar voren in de rapportages van onder andere de Rabobank en CBRE.[13] Detailhandel Nederland waarschuwt ook voor leegstand, en benoemt daarnaast een daling in de winkeldiversiteit als een mogelijke negatieve ontwikkeling voor het Nederlandse winkellandschap.[14]

In de rapportages komt de Locatus-data voor als belangrijke brondata voor het weergeven van de trends. Locatus publiceert zelf ook rapportages over de stand van de markt voor retailvastgoed, onder andere Retail Facts en de rapportage Winkel Leegstand.[15] Beide producten geven een cijfermatig beeld van de markt voor retailvastgoed. Laatstgenoemde rapportage geeft de trend weer van de leegstand in Nederland voor winkelvastgoed.

Verschillende oorzaken voor mogelijk overaanbod retailvastgoed

Buitelaar et al. (2013) koppelen leegstand expliciet aan een overaanbod van winkelruimte in Nederland. Op het eerste gezicht lijken leegstand en overaanbod dezelfde maatstaven. Overaanbod is echter geen neutraal begrip en suggereert een mismatch tussen vraag en aanbod. Leegstand hoeft niet direct een mismatch te betekenen, maar kan naar analogie van werkeloosheid ook wijzen op fricties tussen vraag en aanbod. Locatus maakt bijvoorbeeld onderscheid tussen frictieleegstand (maximaal één jaar), langdurige (tussen één en drie jaar) en structurele leegstand (langer dan drie jaar).[16]

In Buitelaar et al. (2013) kijken de onderzoekers naar mogelijke institutionele verklaringen voor een overaanbod van commercieel vastgoed, waaronder winkelruimte. Deze studie is uitgevoerd tegen de achtergrond van de economische crisis. De onderzoekers betogen echter dat het niet enkel de neergaande conjunctuur of de opkomst van online winkelen zijn die voor leegstand zorgen, maar dat vooral de spelregels van de vastgoedmarkt en daarmee de prikkels voor de stakeholders leiden tot een overaanbod van winkelruimte. Het gaat hierbij niet alleen om te veel nieuwbouw, maar ook om te weinig onttrekking van bestaand aanbod.[17] Volgens de onderzoekers is het kijkend naar fiscale regelgeving mogelijk gunstiger om bij (gebieds)herontwikkeling de winkelfunctie te behouden dan deze te transformeren naar bijvoorbeeld een woonfunctie.[18]

---

13 Zie https://www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/vastgoed/vastgoedupdate-augustus-2018/deelmarktupdate/ en https://www.cbre.nl/nl-nl/real-estate-outlook-2019.

14 Zie https://www.detailhandel.nl/a/i/speerpunten/Vestigingszaken/lokale_MonitorV11.pdf.

15 Zie https://locatus.com/facts-and-figures/figure-3/ en https://locatus.com/applicatie/rapport-winkel-leegstand/.

16 Conjuncturele leegstand als gevolg van een tijdelijke afname in de vraag naar winkelruimte wordt niet als aparte categorie benoemd, maar impliciet toegewezen aan frictieleegstand.

17 In het meest recente Winkel Leegstand rapport van Locatus wordt de druk op de woningmarkt genoemd als een prikkel voor het onttrekken van commercieel vastgoed, en daarmee als een mogelijke verklaring voor de daling in leegstand.

18 In het rapport behandelen de auteurs uitgebreid de fiscale regelgeving (vanaf pagina 23). Als het doel is om na de transformatie de ruimte te verhuren met kantoor- of winkelfunctie is er geen verschil tussen nieuw- of oudbouw (in fiscale zin). Bij verkoop geldt er echter een overdrachtsbelasting in het geval van oudbouw. In alle gevallen geldt dat een transformatie naar een woonfunctie resulteert in een btw-verplichting. Van der Paardt (2017) bevestigt het beeld dat fiscale regelgeving rondom transformatie een rol kan spelen, zie https://www.vastgoedmarkt.nl/financieel/nieuws/2017/01/btw-en-overdrachtsaspecten-van-transformatie-van-vastgoed-101117950.

Daarnaast suggereert het rapport dat overaanbod aan commercieel vastgoed leidt tot een kwaliteitsverlaging van het bestaande aanbod. De onderzoekers zetten dit met de term 'verloedering van gebieden' sterk aan, maar geven geen analyse van de samenhang tussen overaanbod en deze verloedering.

Prijzen en informatie

Veel van de in het rapport van Buitelaar et al. (2013) genoemde oorzaken hebben te maken met de manier waarop de waarde van commercieel vastgoed bepaald wordt. Bij het opstellen van taxaties beschikt men niet altijd over de volledige informatie. De taxaties worden gebaseerd op de beschikbare historisch betaalde huren van vergelijkbare winkelruimtes.[19] Dit veroorzaakt een vertraging in de prijsaanpassing en leidt in een neergaande conjunctuur tot een te hoge waardering van commercieel vastgoed. Deze te hoge waardering in combinatie met het goedkoop kunnen aantrekken van vreemd kapitaal leidt tot een te hoge vraag naar commercieel vastgoed – vanuit de kant van de belegger – en daarmee tot te veel aanbod.

Het CPB heeft in 2017 onderzocht of de prijswerking in de markt voor winkelruimte voldoet aan de algemene economische theorie dat prijzen dalen naarmate de locatie minder aantrekkelijk is, in dit geval verder van het centrum ligt.[20] Teulings et al. (2017) concluderen dat dit inderdaad het geval is. Kijkend naar winkelgebieden met één centrum, tonen zij aan dat voor elke honderd meter afstand tot dit centrum de huurprijzen dalen met circa vijftien procent ten opzichte van het centrum.[21] Voor een gemiddeld pand in de gebruikte dataset geldt een afstand tot het centrum van 210 meter. Dit pand heeft gemiddeld dus ruim een dertig procent lagere huurprijs.

Ondanks deze werking van de markt, is er sprake van structurele winkelleegstand.[22] Op basis van de Locatus-data concluderen de onderzoekers dat deze leegstand vooral voorkomt aan de randen van elk winkelgebied. De leegstand is daar bijna twee keer zo hoog als in het centrum. Door de relatief lage huren zijn deze panden echter aantrekkelijk voor andere functies dan detailhandel. De onderzoekers suggereren dat transformatie van winkelpanden naar een andere functie zoals wonen, horeca of cultuurbestemming aan de randen van de winkelgebieden een oplossing kan bieden. Herbestemming van winkelpanden daar leidt naar verwachting tot hogere bezoekersaantallen en minder leegstand in de overgebleven concurrerende winkelgebieden. Ossokina et al. (2016) noemt het gecoördineerd sluiten van complete winkelgebieden als een voorbeeld van zulk beleid.

Onderzoekers verbonden aan de Amsterdam School of Real Estate (ASRE) hebben in 2016 een prijsindex voor commercieel vastgoed ontwikkeld. Met behulp van econometrische technieken en data uit Strabo en NVM business schatten Buitelaar et al. (2016) aan de hand van de kenmerken van het vastgoed en de geobserveerde transactieprijzen een prijsindex op macroniveau.[23] De studie

---

19 De huurprijzen reflecteren niet noodzakelijkerwijs de economische waarde van het vastgoed. Er zijn verschillende huurafspraken die naast de huurprijs kunnen bestaan, zoals huurvrije periodes en tegemoetkomingen in servicekosten. De eigenaar/verhuurder heeft met het oog op taxatie een prikkel om de te observeren huurprijs niet te verlagen en juist met aanvullende afspraken te werken.

20 Het centrum van een winkelgebied is in de CPB-studie afhankelijk van: het aantal passanten, concentratie van winkels, geografisch centrum en de bereikbaarheid met het OV.

21 De gegevens over de huurprijzen komen uit de dataset van Strabo en de dataset van JLL.

22 De CPB-studie kijkt vooral naar de geografische werking van de markt, terwijl de PBL-studie meer focust op de tijdsdimensie.

23 Vanwege de gekozen onderzoeksmethode is een vereiste dat er veel observaties (transacties) beschikbaar zijn, dit is alleen op landelijk niveau het geval.

biedt dus geen direct inzicht in de ontwikkelingen van de huurprijzen. Zonder verdere verstoringen of beperkingen, is de verwachting dat een prijsindex gebaseerd op kooptransacties dezelfde trends laat zien als de ontwikkeling in huurprijzen. Beide prijsontwikkelingen zijn namelijk gebaseerd op de economische waardering van hetzelfde vastgoed.

De onderzoekers onderscheiden de volgende vier prijsbepalende kenmerken van het vastgoed: vloeroppervlak, bereikbaarheidsmaatstaf (Economic Potential Index, gebaseerd op bevolkingsaantal), gebruiks- of beleggingsobject, en bouwperiode (ouderdom gebouw). Deze vier kenmerken komen deels ook terug in de discussie rondom het bepalen van de daadwerkelijke huurprijs(ontwikkeling) van winkelvastgoed.

In opdracht van het ministerie van EZK heeft het Kadaster (Zuidema & van Geene, 2018) een haalbaarheidsonderzoek uitgevoerd naar een informatiesysteem voor de winkelmarkt. De onderliggende motivatie voor zo'n systeem is de constatering dat met name de kleinere spelers in deze markt niet beschikken over dezelfde hoeveelheid informatie in vergelijking met de grotere spelers, en dat hierdoor kleinere partijen niet-optimale huurovereenkomsten aangaan. De constatering dat niet alle partijen over dezelfde informatie beschikken, wordt bevestigd door alle gesprekspartners van SEO. De gesprekspartners geven echter ook aan dat deze informatie in principe wel verkrijgbaar is, maar dat kleinere partijen op basis van een inschatting van de kosten vaker kiezen deze expertise niet in te kopen.

Externaliteiten

Teulings et al. (2017) stellen dat op basis van de economische theorie het aannemelijk is dat er sprake is van negatieve externe effecten, en dat deze effecten overheidsingrijpen kunnen legitimeren. De leegstaande winkels hebben een negatieve invloed op andere verhuurders en huurders in het winkelgebied. Dit raakt aan de discussie over verloedering in het onderzoek van Buitelaar et al. (2013). De veroorzaker van deze negatieve effecten – de verhuurder van de leegstaande winkelruimte – draagt echter niet de kosten van de anderen. Hierdoor kan een individuele verhuurder een vanuit maatschappelijk oogpunt niet-optimale keuze maken tussen leegstand en het aanpassen van de huur of het transformeren van het aanbod.[24] Deze niet-optimale keuze leidt in theorie tot een suboptimale hoge leegstand. Dit onderzoek geeft geen indicatie van de omvang van deze externaliteit.

Pasidis et al. (2019) schatten de zogenoemde 'winkelexternaliteiten' in het gemiddelde Nederlandse winkelgebied. Deze studie bouwt voort op een lange economische literatuur over winkelexternaliteiten (zie Benjamin et al., 1992; Pashigian and Gould, 1998; Gould et al., 2005). Als consumenten een winkelgebied aantrekkelijker vinden omdat er meerdere winkels dicht bij elkaar zitten – de trip is dan voor de consument efficiënter – dan profiteert een winkelier dus van de nabijheid van andere winkels. Pasidis et al. (2019) betogen dat individuele eigenaren van retailvastgoed geen rekening houden met deze mogelijke extra positieve impact op de welvaart. Zij concluderen dat gelet op deze extra positieve impact de huurprijzen te hoog liggen, en dat het welvaartsoptimaal is om eige-

[24] Uit deze redenering volgt ook dat naarmate een verhuurder meer panden in een gebied bezit, de mogelijke externaliteiten meer worden geïnternaliseerd. Concentratie van eigenaren kan vanuit dit welvaartsperspectief dus een positief effect hebben. Dit positieve effect weegt zwaarder naarmate de externaliteit een groter probleem vormt.

naren van vastgoed een subsidie te verstrekken om zo leegstand te voorkomen en de 'winkelexternaliteiten' optimaal te benutten. Via het aantonen van de waarde van 'winkelexternaliteiten' kwantificeert deze studie op een indirecte manier ook de maatschappelijke kosten van leegstand. Leegstand heeft namelijk een negatieve invloed op winkelexternaliteiten.[25]

Regionale coördinatie

In het kader van de Retailagenda zijn er ook verschillende initiatieven om een beter inzicht te krijgen in met name de leegstand in Nederland. De gezamenlijke provincies hebben begin 2019 een overzicht met daarin de beleidsacties per provincie gepubliceerd.[26] De samenwerking tussen provincies toont aan dat er vanuit de overheid blijkbaar ruimte is voor een bovenregionale coördinatie van het beleid en dat de leegstand van winkelruimte als een probleem wordt ervaren. Tussen de provincies is er een grote verscheidenheid in de ondernomen acties. Het is opvallend dat detailhandelsbeleid centraal staat, en niet zozeer het vastgoedbeleid. Veel provincies hebben op verschillende manieren geïnvesteerd in kennis, bijvoorbeeld via het aankopen en beschikbaar stellen van Locatusdata of het uitvoeren van koopstromenonderzoek.

Buitelaar et al. (2013) benoemen de wijze waarop gebiedsontwikkeling in Nederland in de praktijk verloopt als een mogelijke oorzaak van overaanbod. Er is niet altijd sprake van bovenlokale coördinatie tussen gemeenten. Daarnaast is bij gebiedsontwikkeling de verkoop van grond voor commercieel vastgoed vaak een belangrijke factor om de kosten te dragen van de ontwikkeling van minder rendabele functies binnen hetzelfde gebied. De provincies onderkennen dit risico en coördineren sinds enkele jaren de ontwikkelingen in aanbod.

2.4 Knelpunten vanuit de economische theorie

- De omvang van het aanbod in deze markt past zich aan veranderingen in de vraag aan, maar door de intrinsieke kenmerken van vastgoed – zoals langetermijncontracten en de lange doorlooptijd van het hele bouwproces – vindt deze aanpassing plaats met vertraging. Het aanbod is op de korte termijn dus inelastisch. Dit staat bekend als de varkenscyclus. Deze vertraging kan leegstand tot gevolg hebben.
- Leegstand heeft een negatief effect op de aantrekkelijkheid en dus winstgevendheid van omliggende winkels. Individuele eigenaren van vastgoed nemen in hun beslissing niet mee hoe hun aanbod andere eigenaren in hetzelfde gebied kan baten of schaden. Het bestaan van deze externaliteit leidt in theorie tot een suboptimale hoge leegstand.

---

25 Een andere stroming in de literatuur kijkt naar de impact van zogeheten 'big-box stores' op nabijgelegen winkelgebieden en de daar aanwezige retailers. De Amerikaanse tak van deze literatuur focust met name op het effect van de opening van Walmart-locaties op de werkgelegenheid in de lokale retailsector (zie bijvoorbeeld: Basker 2005 & 2007; Sobel & Dean, 2008). Deze studies hebben geen consensus bereikt over de vraag of een nieuwe Walmart-locatie een uithollend of aanjagend effect heeft op nabijgelegen winkelgebieden. Een aantal studies kijkt specifiek naar de Europese retailmarkt (Sadun, 2015; Sanchez-Vidal, 2016). In deze studies wordt vaak gekeken naar het effect van nieuwe buitenstedelijke supermarkten en andere grote retailers op onafhankelijke kleine retailers. De resultaten laten zien dat deze Europese 'big-box stores' doorgaans een negatief effect hebben op de lokale retailmarkt. Sanchez-Vidal (2016) rekende bijvoorbeeld uit dat twintig tot dertig procent van de lokale retailers de deuren sloot na de toetreding van de big-box store. Deze studie doet echter geen uitspraken over de welvaartseffecten van deze nieuwe toetreders.

26 Zie https://retailland.nl/provincies-boeken-vooruitgang-bij-aanpak-winkelleegstand/.

- Naast de intrinsieke kenmerken en het bestaan winkelexternaliteiten, benoemen verschillende studies ook institutionele kenmerken die de werking van de markt belemmeren. Zo kan beleidsconcurrentie tussen overheden overaanbod in de hand werken en is nieuwbouw van winkelruimte vaak een integraal onderdeel van gebiedsontwikkeling. Verschillende onderzoekers benoemen tevens dat fiscale regelgeving rondom transformatie het onttrekken van winkelruimte mogelijk beperkt.
- Prijzen in deze markt zijn concurrentiegevoelig en niet transparant. Verschillende studies benoemen het risico dat met name kleine partijen in de markt niet beschikken over dezelfde informatie als de grote partijen (informatieasymmetrie). Dit veroorzaakt een vertraging in de prijsaanpassing en kan in een neergaande conjunctuur leiden tot een te hoge waardering van commercieel vastgoed (en vice versa).

3 Juridisch kader

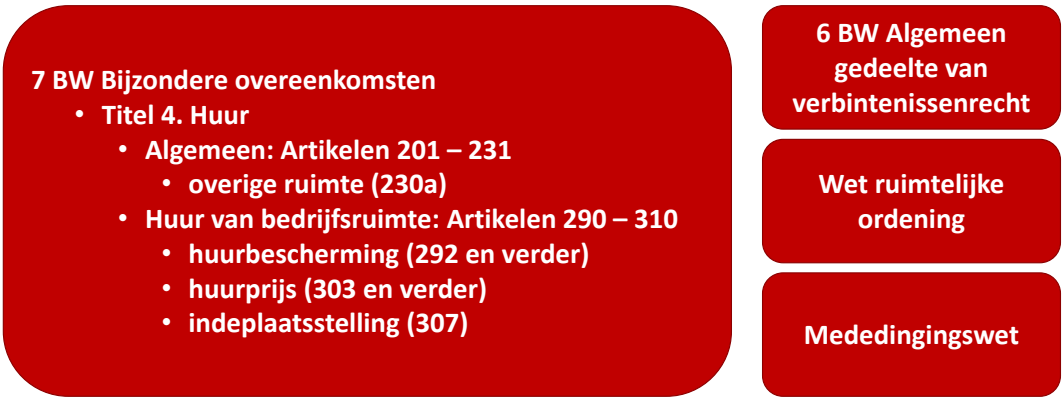
Het uitgangspunt van de huurwetgeving in Nederland is bescherming van de huurder. De belangrijke pijlers zijn bescherming bij beëindiging van de huurovereenkomst, aanpassing van huurprijs en indeplaatsstelling. Huurprijsbescherming leidt tot een vertraagde reactie van prijzen op veranderende economische omstandigheden.

3.1 Wetgeving

Juridisch kader omvat meerdere wetten

Voor een huurovereenkomst van een in Nederland gelegen bedrijfsruimte geldt het Nederlands recht. Figuur 3.1 geeft een overzicht van het Nederlands juridisch kader. De artikelen 7:201 BW tot en met 7:231 BW zijn algemene bepalingen die gelden voor alle typen huurovereenkomsten waarbij zaken worden gehuurd.[27] Deze bepalingen zijn grotendeels regelend recht. Dit houdt in dat afwijking van deze bepalingen door de contractpartijen is toegestaan, maar als de partijen niets overeenkomen deze bepalingen gelden.[28]

Figuur 3.1 Het wetgevend kader voor de retailhuurmarkt omvat onder andere het huurrecht, verbintenissenrecht, de Wet ruimtelijke ordening en mededingingsrecht



Bron: SEO Economisch Onderzoek (2019)

De artikelen 7:290 BW tot en met 7:310 BW gaan specifiek over de huurovereenkomst van middenstandsbedrijfsruimte.[29] Hier zijn onder andere de regels rondom het beëindigen van een huurovereenkomst, het herijken van de huurprijs en indeplaatsstelling te vinden. Deze bepalingen zijn allemaal semi-dwingend van aard. Contractpartijen kunnen hier in het voordeel van de huurder van afwijken, maar bepalingen in het nadeel van de huurder zijn vernietigbaar, tenzij de overeenkomst is gesloten voor de duur van maximaal twee jaar of de betreffende bepalingen zijn goedgekeurd

27 Met uitzondering van artikel 7:230a BW. Deze bepaling geldt specifiek voor gebouwd onroerend goed, niet zijnde woonruimte of 290-bedrijfsruimte.

28 Er zijn echter diverse uitzonderingen. Zo is artikel 7:226 BW (koop breekt geen huur) van dwingend recht en de gebrekenregeling van artikel 7:204 t/m 210 BW deels van semi-dwingend recht, hetgeen betekent dat afwijkingen in het nadeel van de huurder vernietigbaar zijn.

29 De artikelen 7:232 BW tot en met 7:289 BW behandelen huurovereenkomsten van woonruimte en zijn voor de huurmarkt voor retailvastgoed niet relevant.

door de kantonrechter.[30] Een uitzondering is de bepaling in artikel 7:307 BW omtrent indeplaatsstelling. Partijen kunnen hier bij het aangaan van een huurcontract niet van afwijken, ook niet door tussenkomst van de kantonrechter.

Naast de bepalingen omtrent huur, spelen ook het verbintenissenrecht (6 BW), de Wet ruimtelijke ordening en de Mededingingswet een rol. Zo is de ingebrekestelling geregeld in artikel 6:82 BW, terwijl het wettelijk kader rondom bestemmingsplannen wordt geregeld in de Wet ruimtelijke ordening. Vanuit het mededingingsrecht kunnen contractpartijen te maken krijgen met bijvoorbeeld het Besluit Branchebescherming of het Maxima Latvija arrest.[31] Hierbij is de vraag of contractpartijen mogen overeenkomen dat de verhuurder in hetzelfde winkelcentrum geen bedrijfsruimte zal verhuren aan een derde partij, als deze een mogelijke concurrent is van de huurder. Het genoemde besluit voorziet gedurende een periode van zes jaar na opening van het winkelcentrum in een uitzondering op de Mededingingswet.[32]

Onderscheid artikel 7:290 BW en 7:230a BW

In de wet wordt onderscheid gemaakt tussen een huurovereenkomst voor bedrijfsruimte als bedoeld in artikel 7:290 BW en voor overige ruimte als bedoeld in 7:230a BW. Het regime waarin de te (ver)huren ruimte valt, is van belang voor de positie van de huurder. Kort gezegd geldt voor ruimte vallend onder 7:230a BW wel ontruimingsbescherming, maar geen huurbescherming. Vanuit het oogpunt van huurbescherming zal een huurder 7:290 BW prefereren, terwijl de verhuurder bij 7:230a BW meer handelingsvrijheid heeft. De vraag welk huurregime van toepassing is, hangt af van het gebruik dat partijen bij het aangaan van de huurovereenkomst voor ogen stond. Mocht achteraf blijken dat in de huurovereenkomst van een ander huurregime is uitgegaan dan waarop met inachtneming van de wettelijke regels wordt uitgekomen, dan kan de huurbescherming wegvallen of juist ontstaan.[33]

3.2 Drie pijlers van huurbescherming

Bescherming kleine partijen

Het huurrecht beoogt de huurder te beschermen. Dit volgt uit het semi-dwingende karakter van de artikelen 7:290 BW tot en met 7:310 BW. De noodzaak voor bescherming van de huurder komt voort uit de gedachte dat de huurder in de meest voorkomende gevallen een relatief kleine partij is.

---

30 Eén van de gesprekspartners benoemt het risico dat in de praktijk partijen met een minder goede onderhandelingspositie geneigd zijn om voorwaarden in hun nadeel toch te accepteren, ongeacht de bescherming die de wetgever beoogt te bieden.

31 Het Maxima Latvija arrest bepaalt dat een branchebeschermingsbepaling zoals hierboven bedoeld niet naar aard de mededinging beperkt, maar dit wel tot gevolg kan hebben. Het zal aan de verhuurder zijn om in een concrete situatie aan te tonen dat dit het geval is, zie ook http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?td=ALL&language=en&jur=C,T,F&num=C-345/14.

32 Zie Reuder en Amiel (2015) voor een overzicht van situaties waarin het huur- en mededingingsrecht samenkomen.

33 Ondanks dat de wetgever zogenoemde 290-bedrijfsruimte beschrijft in artikel 7:290 BW, blijft er ruimte voor twijfel en dit zorgt, mede gelet op de grote belangen van zowel huurder als verhuurder bij de vaststelling van een bepaald regime, voor veel geschillen en daaruit voortvloeiende jurisprudentie. De 290-bedrijfsruimte wordt omschreven al (verkort weergegeven): een (gedeelte van een) gebouwde onroerende zaak bestemd om te worden gebruikt voor een kleinhandelsbedrijf, restaurant/cafébedrijf, afhaal-/besteldienst of ambachtsbedrijf, een en ander mits er sprake is van een voor het publiek toegankelijk lokaal voor rechtstreekse levering van roerende zaken of voor dienstverlening. Ook een hotelbedrijf en een kampeerbedrijf kwalificeren als 290-bedrijfsruimte.

Daarnaast heeft de huurder een groot belang bij het aangaan van de huurovereenkomst, de duurzame uitvoering van zijn bedrijfsactiviteiten is er immers afhankelijk van. De bij wet geregelde bescherming van huurders van bedrijfsruimte bestaat uit drie pijlers: bescherming bij beëindiging van de huurovereenkomst, aanpassing van huurprijs en indeplaatsstelling.

Beëindiging van huurovereenkomst
Er bestaat huurbescherming met betrekking tot de duur en het eindigen van de huurovereenkomst. Artikel 7:292 BW bepaalt dat een huurovereenkomst ten minste vijf jaar geldt. Van rechtswege wordt deze overeenkomst met maximaal vijf jaar verlengd om zo op een minimale duur van tien jaar uit te komen. Ook na deze termijn van tien jaar eindigt de huurovereenkomst niet automatisch, maar moet deze expliciet door de verhuurder worden opgezegd. De verhuurder moet zich daarbij beroepen op één of meer van de in de wet limitatief opgesomde opzeggingsgronden.[34] Ook indien de verhuurder bij zijn opzegging een wettelijk voorgeschreven opzeggingsgrond in acht neemt, eindigt in het geval dat de huurder zich verzet tegen de beëindiging de huurovereenkomst pas nadat deze onherroepelijk is bekrachtigd. De huurder kan bij het einde van de huurovereenkomst onder omstandigheden recht hebben op een vergoeding. De in artikel 7:297 BW genoemde tegemoetkoming in de verhuis- en inrichtingskosten is het bekendste voorbeeld hiervan.

Huurder en verhuurder mogen bij het aangaan van de overeenkomst afwijkende afspraken maken, maar deze moeten worden bevestigd door de kantonrechter. Als deze bevestiging ontbreekt, kan de huurder de afspraken vernietigen. Er is voor huurder en verhuurder nog een andere mogelijkheid om niet te hoeven voldoen aan de bepalingen genoemd in artikel 7:292 BW tot en met 7:300 BW. Uit artikel 7:301 BW volgt namelijk dat de bepalingen niet gelden voor overeenkomsten van twee jaar of korter.[35]

Aanpassing huurprijs
De tweede pijler voorziet in een nadere vaststelling van de huurprijs door de rechter en is vastgelegd in artikel 7:303 BW. Zowel de huurder als verhuurder kan vorderen dat de rechter de huurprijs nader vaststelt. Dit artikel heeft een semi-dwingend karakter en voorziet enkel in het aanpassen van de huurprijs voor bestaande contracten. Afwijkende afspraken kunnen dus worden gemaakt, maar als deze in het nadeel zijn van de huurder zijn deze vernietigbaar.

Partijen zijn vrij in het vaststellen van de aanvangshuur. Het door de verhuurder van meerdere winkelruimtes differentiëren van de aanvangsuur is daarmee mogelijk. De verhuurder kan in de onderhandeling dus rekening houden met de positie die een bepaalde winkel (ondernemer) kan hebben binnen een winkelgebied. De mate waarin de verhuurder in de praktijk in staat is om de aanvangshuren te differentiëren is afhankelijk van de onderhandelingspositie van de verhuurder,

---

34 Uit artikel 7:296 BW volgt dat de verhuurder die wil opzeggen tegen het einde van de eerste termijn van vijf jaar daarbij enkel kan kiezen uit de gronden "dringend eigen gebruik van verhuurder" en "geen goede bedrijfsvoering van huurder". De verhuurder die opzegt tegen het einde van de tweede termijn heeft als extra gronden tot zijn beschikking: "verwezenlijking van een bestemmingsplan", "weigeren door huurder van een redelijk aanbod" en "een redelijke afweging van de belangen van de huurder tegen die van de verhuurder".

35 In de gesprekken is kort gevraagd naar een vergelijking met de ons omringende landen. Hieruit blijkt dat er in Duitsland minder huurbescherming is, in België de huurovereenkomst makkelijker te beëindigen is, en in Frankrijk sprake is van bovengrens in het aanpassen van de huurprijs welke is gebaseerd op een door het Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques gepubliceerd indexcijfer.

potentiële huurders, zittende huurders en het algemeen geldend wettelijk kader rondom prijsdifferentiatie zoals opgenomen in de Mededingingswet. Het systeem van huurprijsaanpassingen heeft een dempend effect op differentiatie op de lange termijn, aangezien de huurprijsaanpassing gebaseerd is op de gemiddelde huurprijzen van vergelijkbare winkelruimten.

Bij het nader vaststellen let de rechter op het gemiddelde van de geïndexeerde huurprijzen van vergelijkbare bedrijfsruimte zoals die gelden gedurende een periode van vijf jaar voorafgaand aan de ingangsdatum van de nieuwe huurprijs. De rechter kan tevens bepalen dat de huurprijsverandering in termijnen gerealiseerd wordt om op die manier meer zekerheid te bieden. In het geval van een stijgende trend van de huurprijzen heeft deze procedure een dempende werking op de nader vast te stellen huurprijs. Andersom geldt dat in een periode met dalende huurprijzen de nader vast te stellen huurprijs hoger zal liggen dan de op dat moment marktconforme huurprijs.

Wat is de definitie van een vergelijkbare bedrijfsruimte? De wetgever geeft hierover geen uitsluitsel en daarmee ontstaat ruimte voor discussie. In de praktijk gaat het vooral om kenmerken zoals de locatie (passantstromen), het aantal vierkante meter, wel of geen hoekligging en andere bouwkundige kenmerken. In 2003 heeft een aanpassing van de huurregelgeving plaatsgevonden en is er met artikel 7:304 BW een ontvankelijkheidseis toegevoegd voor de vorderende partij. Een vordering moet vergezeld gaan met een advies over de vast te stellen huurprijs, uitgebracht door minimaal één door beide partijen aangewezen deskundige. Hiermee beoogde de wetgever dat minder huurprijswijzigingszaken voor de rechter komen, maar in een eerdere fase tussen partijen onderling worden opgelost. In een evaluatie drie jaar na de wetswijziging geven Van der Maarel en Eeken (2006) aan dat er inderdaad minder zaken zijn die bij de kantonrechter komen. Dit doen zij op basis van een onder kantonrechters gehouden enquête. Dat neemt echter niet weg dat artikel 7:304 BW wel tot veel discussies leidt, met name over de te benoemen deskundige(n).

Indeplaatsstelling

De derde pijler is de indeplaatsstelling. Indeplaatsstelling is geregeld in artikel 7:307 BW. In tegenstelling tot het beëindigen van de overeenkomst en het herijken van de huurprijs, kunnen partijen bij het aangaan van het contract hier geen andere afspraken over maken. Doen zij dit wel dan zijn dergelijke afspraken vernietigbaar door de huurder. Indeplaatsstelling maakt het voor de huurder mogelijk om een in het gehuurde uitgeoefend bedrijf over te dragen aan een ander. De huurder is dan gemachtigd om die ander als huurder in zijn plaats te stellen. De rechter moet bij aanspraak door de huurder op indeplaatsstelling een afweging maken tussen het belang van de zittende huurder en de verhuurder. Indeplaatsstelling is in economische zin dus een herverdelingsvraagstuk tussen huurder en verhuurder. Er moet onder meer sprake zijn van een zwaarwichtig belang van de huurder. Een voorbeeld kan zijn dat de huurder de opgebouwde goodwill wil verzilveren en dit als pensioenvoorziening wil inzetten, of een curator die bij het faillissement de opgebouwde goodwill wil inzetten voor het betalen van de schuldeisers.

Huurovereenkomsten in de praktijk

Uit de gesprekken blijkt dat in de praktijk verhuurders vaak gebruikmaken van de modelcontracten van de Raad voor Onroerende Zaken (ROZ). Er bestaan modelcontracten voor 290-bedrijfsruimte en voor overige bedrijfsruimte. Deze staan respectievelijk bekend als het model winkelruimte en het model kantoorruimte.[36] De inschatting van één van de gesprekspartners is dat in de praktijk

[36] Zie https://roz.nl/de-roz-modellen/.

negentig tot 95 procent van de bedrijfsruimtehuurcontracten is gebaseerd op de ROZ-modelcontracten. Modelcontracten worden, in tegenstelling tot het huurrecht zelf, verhuurdersvriendelijk genoemd. De huidige modelcontracten worden wel als evenwichtiger beoordeeld dan hun voorgangers.

Rondom huurovereenkomsten zijn er verschillende typen geschillen die vaak voorkomen. Hieronder vallen conflicten over huurbeëindiging en huurprijsaanpassing. Daarnaast zijn er ook geschillen over de vraag of er wel een huurovereenkomst is tussen beide partijen, bijvoorbeeld als één van de partijen zich laat vertegenwoordigen door een makelaar. Geschillen over de staat van de gehuurde ruimte komen ook regelmatig voor en gaan dan vooral over het aanbrengen van wijzigingen door de huurder, renovatie door de verhuurder, gebreken met als resultaat gederfd huurgenot, en de staat van oplevering aan het einde van de huurovereenkomst. Er zijn ook geschillen over de servicekosten, en dan met name als gevolg van een verkeerde – zowel te lage als te hoge – inschatting van deze kosten. Uit de gesprekken komt als ruwe schatting naar voren dat in de praktijk ongeveer voor de helft van de geschillen een oplossing zonder tussenkomst van de rechter mogelijk is. In deze gevallen komen beide partijen, mogelijk met ondersteuning van eigen (juridische) adviseurs, er samen uit. Er wordt weinig gebruikgemaakt van arbitrage of mediation.

De gesprekspartners benoemen verschillende risico's omtrent de huidige praktijk van huurprijsherziening. De procedure is relatief duur en daarom minder aantrekkelijk voor vooral kleine huurders. Daarnaast kan de procedure meerdere jaren duren. De eventuele huurprijsherziening gaat met terugwerkende kracht in. Dit houdt in dat een huurder het risico loopt geconfronteerd te worden met een huurprijs met terugwerkende kracht die hij niet kan betalen, gegeven de marge die hij met de winkelruimte behaalt.

3.3 Knelpunten vanuit analyse juridisch kader

- Het juridisch kader is voor de huurmarkt van retailvastgoed een exogene factor. De bij wet geregelde bescherming van huurders van bedrijfsruimte bestaat uit drie pijlers: bescherming bij beëindiging van de huurovereenkomst, aanpassing van huurprijs en indeplaatsstelling.
- De huurbescherming versterkt de positie van huurders ten opzichte van verhuurders en ondersteunt zo de duurzame bedrijfsvoering van huurders. Vanuit economisch oogpunt kan deze huurregelgeving een belemmering zijn voor met name grote verhuurders om te verhuren aan kleinere huurders. Binnen de bestaande regelgeving bestaan er echter diverse uitwijkmogelijkheden die het juridisch risico van verhuurders om te verhuren aan kleinere partijen verlagen.
- De huurprijsbescherming heeft door het terugkijken naar de afgelopen vijf jaar een dempend effect op de prijsaanpassing. Dit beoogt de wetgever ook, maar vanuit economisch oogpunt kan dit een knelpunt zijn in de markt omdat prijzen daardoor structureel op- en neerwaarts kunnen afwijken van de marktniveaus. Huurprijsbescherming geldt niet voor aanvangshuur. De huurprijsbescherming heeft over tijd echter wel een dempend effect op eventuele verschillen in aanvangshuren.
- De praktische haalbaarheid rondom het vaststellen van vergelijkbare ruimten en daarmee vergelijkbare huurbedragen is een mogelijk knelpunt. Vanuit economisch oogpunt houdt dit in dat beslissingen in deze markt mogelijk worden gebaseerd op onvolledige informatie. Dit kan leiden tot niet-optimale (investerings)beslissingen.

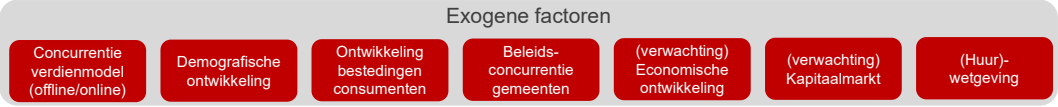
4 Structuur van de retailhuurmarkt

Consumenten winkelen vaker online waardoor het verdienmodel van de winkelier onder druk staat. De prijzen en het aanbod van vastgoed reageren traag op dit soort veranderingen, waar ook vergrijzing en verstedelijking voorbeelden van zijn. Op basis van de beschikbare data lijkt de concentratie van grote huurders en/of verhuurders beperkt.

4.1 Exogene factoren

Het model van de retailhuurmarkt onderscheidt zeven verschillende categorieën van exogene factoren, zie Figuur 4.1 hieronder. Exogene factoren zijn ontwikkelingen die buiten de directe invloedssfeer van de (individuele) actoren in de markt liggen. Tussen de verschillende factoren bestaat samenhang. Demografische en economische ontwikkelingen kunnen leiden tot een verandering in de consumentenvoorkeuren naar producten en diensten. Deze veranderingen zorgen voor een andere invulling van de consumentenbestedingen en hebben zo een impact op het verdienmodel van ondernemers. De kapitaalmarkt en economische ontwikkelingen zijn ook nauw met elkaar verbonden. Beleidsconcurrentie tussen gemeenten en (huur)wetgeving zijn aparte factoren, waarbij de laatste in het vorige hoofdstuk uitvoerig aan bod is gekomen.

Figuur 4.1 Exogene factoren beïnvloeden de huurmarkt voor retailvastgoed



Bron: SEO Economisch Onderzoek (2019)

Verdienmodel ondernemers

De huurprijs die een ondernemer kan en bereid is te betalen voor een winkelruimte op een bepaalde locatie moet in verhouding staan tot de marge die de ondernemer met die winkelruimte kan behalen. Als het verdienmodel van een ondernemer onder druk komt te staan, heeft dit dus een negatief effect op de betalingsbereidheid voor een winkelruimte. De economische theorie voorspelt op basis van David Ricardo's 'the law of rent' en ruimtelijke evenwichtsmodellen dat deze afname van de betalingsbereidheid zich vertaalt in een daling van de huurprijs en dat het evenwicht tussen vraag naar en aanbod van winkelruimte zich zo op termijn herstelt. De belangrijkste algemene trends die het verdienmodel van ondernemers beïnvloeden hangen samen met veranderende voorkeuren van consumenten: digitalisering van de economie, online winkelen, vergrijzing, verstedelijking en internationalisering.

Naast de algemene trends geven de verschillende gesprekspartners ook aan dat er een grote heterogeniteit in ondernemers kan bestaan, waardoor de ene ondernemer met een specifiek verdienmodel meer bereid is te betalen dan een andere ondernemer. Deze heterogeniteit leidt vanuit economisch oogpunt tot een efficiënte allocatie van winkelruimtes, aangezien de ondernemer die het meest efficiënt de ruimte kan benutten en zich het best kan aanpassen aan de veranderende consumentenvoorkeuren de ruimte kan huren.

Online winkelen

De relatie tussen de opkomst van online shopping en de mate van fysiek winkelen is in de literatuur vaak onderzocht. Vanuit economisch oogpunt is het de vraag of beide diensten complementair of juist een substituut zijn. Uit andere markten waar het onderscheid tussen online en offline speelt, volgt vaak een paradoxaal inzicht. De mogelijkheden van online versterken ook de wens om offline meer activiteiten te ontplooien. Met andere woorden, verschillende onderzoeken concluderen dat online en offline complementair kunnen zijn. Deze mate van het elkaar kunnen versterken is branche- en locatiespecifiek.

Ook voor de relatie tussen online en offline shopping zijn er meerdere studies beschikbaar. Twee van deze studies gaan expliciet over de Nederlandse markt: Farag et al. (2006) en Maat & Konings (2018). Het eerstgenoemde onderzoek kijkt vooral naar de geografische spreiding van online shopping. De conclusie, over de periode 1996-2001, is dat consumenten vaker online shoppen als de bereikbaarheid en daarmee aantrekkelijkheid van offline winkels lager is. Dit impliceert dat consumenten online en offline shopping als substituut zien. Maat & Konings (2018) testen hetzelfde mechanisme, maar dan met een dataset over de periode 2014. Zij concluderen dat met name de intrinsieke motivatie om online te shoppen en interesse in nieuwe technologieën de belangrijkste oorzaken zijn van online shoppen, en dat het minder afhankelijk is van de aantrekkelijkheid en nabijheid van offline winkelgebieden. Gelet op de stormachtige ontwikkelingen van online winkelen in de laatste jaren baseren beide studies hun conclusies op relatief gedateerde data.

Het koopstromenonderzoek is een grootschalig onderzoek onder consumenten om op gemeente- en/of winkelgebiedniveau de bestedingen van consumenten en hun waardering voor het winkelgebied te analyseren. Een belangrijk onderdeel van het koopstromenonderzoek voor deze studie is de uitsplitsing van online en offline bestedingen. Uit het meest recente koopstromenonderzoek voor Randstad uit 2018 blijkt dat 14 procent van de bestedingen via webwinkels wordt gedaan, terwijl dit percentage in 2016 nog 11,5 procent was.[37]

Online winkelen is vooral een substituut van fysiek winkelen. Daarmee heeft de opkomst van online winkelen een negatieve impact op het verdienmodel van de traditionele ondernemer die werkt vanuit een fysieke winkelruimte. De concurrentie tussen retailers is via twee kanalen toegenomen door de opkomst van internet en webwinkels. Er is het directe substitutie-effect, maar daarnaast leidt internet ook tot meer transparantie over prijzen en versterkt daarmee de onderhandelingspositie van consumenten ten opzichte van winkeliers. Dit vergroot ook de concurrentiedruk tussen ondernemers met een fysieke winkelruimte.

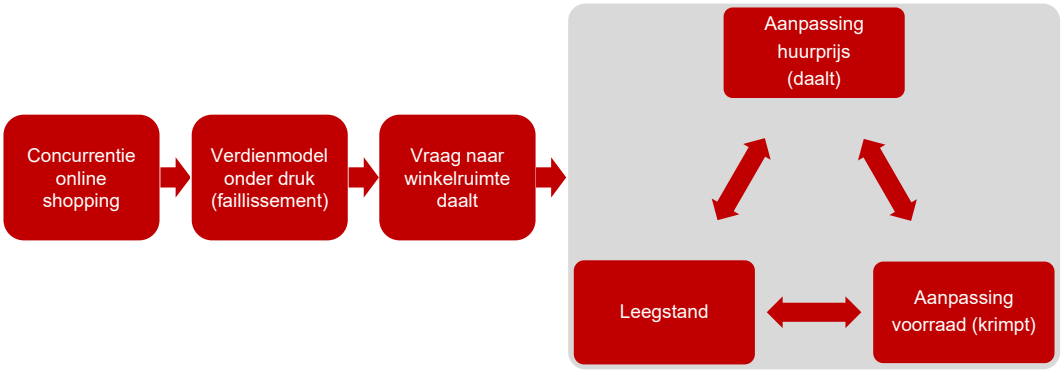
De lijst met winkelketens die de afgelopen jaren verdwenen zijn is lang: Intertoys, V&D, Scheer & Foppen, Kijkshop, etc. In veel gevallen wordt het niet kunnen aanpassen van het verdienmodel aan de huidige wensen van de klant, waaronder online winkelen ook valt, als één van de belangrijkste redenen genoemd. Door de druk op het verdienmodel is er minder draagkracht om de huurprijzen die voor een langere tijd zijn vastgelegd te kunnen betalen, resulterend in faillissementen.

Figuur 4.2 laat zien hoe druk op het verdienmodel kan doorwerken op de huurprijzen in de vastgoedmarkt. Eén van de gesprekspartners geeft aan dat onder druk van een mogelijk faillissement

[37] Zie https://kso2018.nl/resultaten/hoofdrapport/.

de verhuurder in verschillende gevallen bereid is gebleken om de huurprijs drastisch te verlagen. Dit geeft aan dat in voorkomende gevallen er wel een snelle aanpassing van de huurprijzen mogelijk is. De verhuurder maakt de afweging tussen een verlaging van de huurprijs en de kans op leegstand.

Figuur 4.2 De opkomst van online winkelen leidt tot een lagere vraag naar winkelpanden

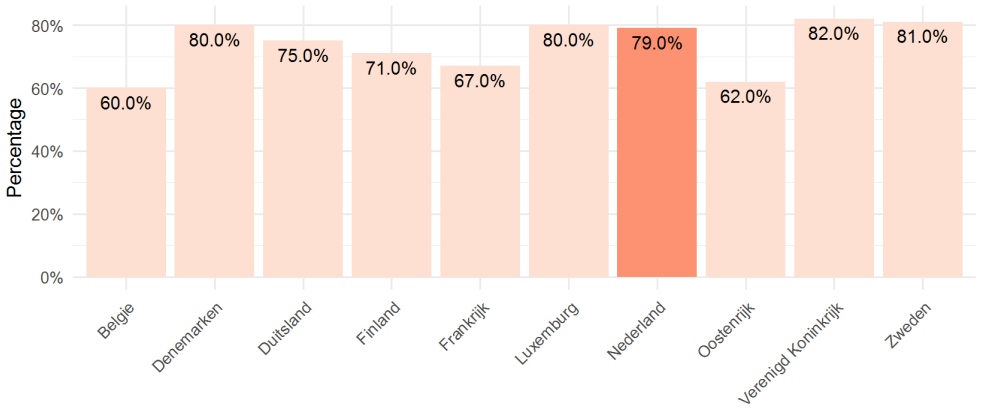


Bron: SEO Economisch Onderzoek (2019)

Dat online shopping groeit blijkt duidelijk uit de cijfers. Het CBS rapporteert een vervijfvoudiging van het aantal webwinkels in Nederland in de afgelopen tien jaar. Tegelijkertijd nam het aantal fysieke winkelvestigingen met 4,4 procent af.[38] De omzet van online winkels steeg in 2016 met 19,4 procent, terwijl de groei in de totale retailsector in hetzelfde jaar 4,2 procent was.

Niet alleen het aanbod neemt toe, ook de vraag naar online winkelen in Nederland stijgt. Steeds meer Nederlanders winkelen online. Volgens het CBS winkelt inmiddels 79 procent van de Nederlanders van 16 tot 75 jaar online. Figuur 4.3 laat zien dat Nederland daarmee Europees gezien in de top-5 staat. Het aandeel online kopers is de afgelopen zeven jaar het sterkst gestegen bij 65-plussers; van 25 procent in 2012 naar 45 procent in 2018. Van de 25 tot 45-jarigen geeft 94 procent van de bevolking aan online te winkelen. Dit maakt het aannemelijk dat de markt voor online retail verder blijft stijgen.

Figuur 4.3 79 procent van de Nederlandse bevolking heeft in 2017 online gewinkeld

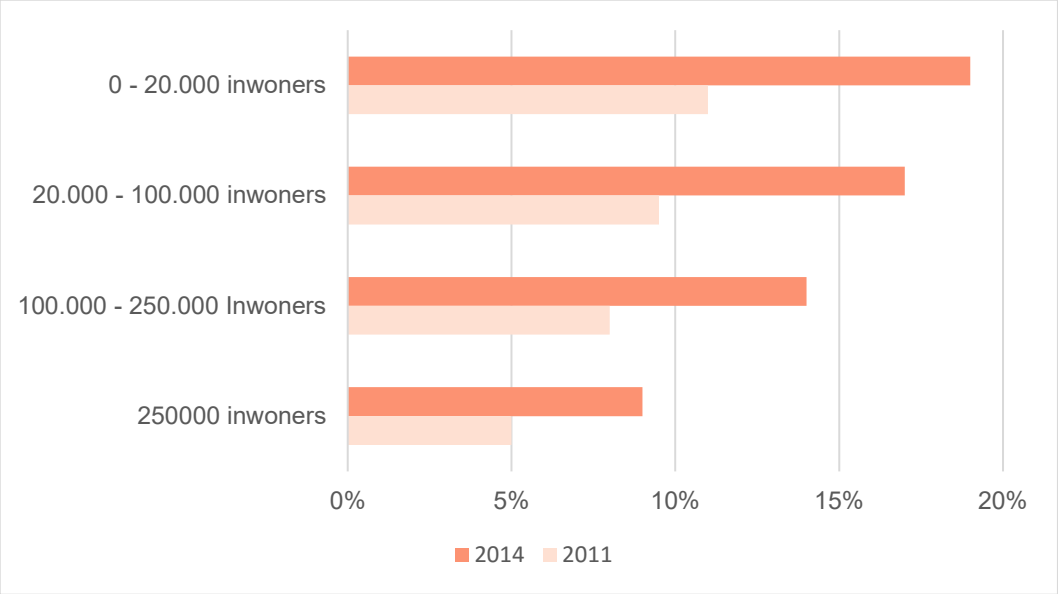


Bron: CBS (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

[38] Zie https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2017/14/minder-etalages-meer-beeldschermwinkels.

Zowel in grote als in kleine gemeenten koopt de consument steeds meer via internet. Figuur 4.4 laat zien dat vooral in de kleine gemeenten webwinkels een steeds grotere bedreiging voor fysieke winkels vormen.[39] Dit is in lijn met de bereikbaarheidshypothese dat online winkelen een substituut is voor fysiek winkelen.

Figuur 4.4 Door internet gemiste omzet per omvangklasse van gemeenten (2011 en 2014)



Bron: ABF-Research & Rabobank (2016), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

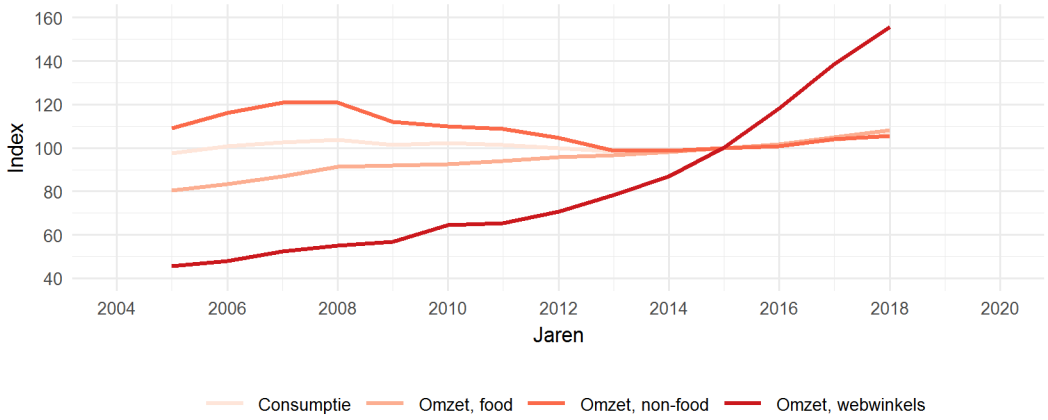
Bestedingen

Figuur 4.5 laat de ontwikkelingen van de consumptieve bestedingen in Nederland zien vanaf 2005 op basis van CBS-data. Als basisjaar voor de index geldt 2015. De vier lijnen laten de totale bestedingen zien in Nederland (huishoudens), en de omzet van de bedrijfstakken food retail, non-food retail en webwinkels (bedrijven). Postorderbedrijven vallen ook onder de categorie webwinkels. Wat direct opvalt, is de zeer sterke toename van de omzet in webwinkels; het gaat om een verdriedubbeling in de periode van 2005 tot 2018. Verder is er over alle jaren een stijgende trend van de omzet van food gerelateerde retail. Hierbij gaat het om supermarkten en gespecialiseerde winkels in voedings- en genotsmiddelen. De consumptie en de omzet in non-food retail daalden gedurende de economische crisis, maar stijgen vanaf de periode 2012/2013 weer.

Tussen bestedingen van consumenten en de omzet van winkels bestaat een positieve relatie. Tezamen hebben ze een positieve relatie met de mogelijke verdiencapaciteit van de ondernemer en op de vraag naar winkelruimte van ondernemers. Voor sommige winkelsegmenten geldt dat de omzet zich minder sterk of zelfs negatief ontwikkelt. De onderliggende oorzaak is dat preferenties van consumenten veranderen, bijvoorbeeld door een verschuivende voorkeur voor online shoppen. Dit leidt tot een lagere vraag van ondernemers uit deze segmenten naar winkelruimte. De verwachting is dat de sterke groei van webwinkels leidt tot een lagere vraag naar winkelruimte. De meeste webwinkels hebben namelijk geen fysieke winkel en ze concurreren sterk met de traditionele fysieke winkels.

[39] Zie https://economie.rabobank.com/publicaties/2016/maart/het-nederlandse-winkellandschap-na-de-crisis/

Figuur 4.5 De omzet van webwinkels is zeer sterk gestegen (2005 t/m 2018)



Bron: CBS (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

Demografische ontwikkelingen

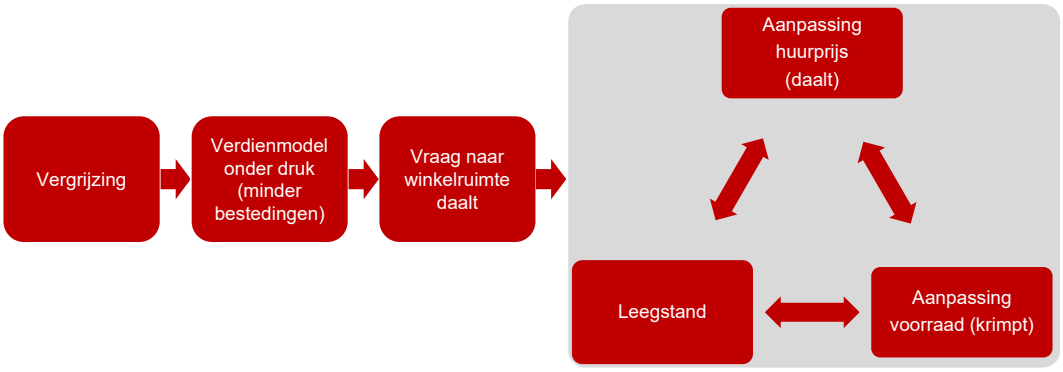
Volgens de bevolkingsprognose 2017-2060 van het CBS groeit de Nederlandse bevolking door van 17,1 miljoen inwoners in 2017 tot ruim 18,4 miljoen inwoners in 2060. Het rapport benoemt twee trends die van invloed zijn op de huurmarkt voor de retailsector. Ten eerste telt Nederland in de toekomst steeds meer ouderen. Het aandeel 65-plussers ligt in de toekomst (26 procent rond 2040) beduidend hoger dan nu (19 procent). Ten tweede wordt de bevolking steeds internationaler. Op 1 januari 2017 telde Nederland 13,2 miljoen inwoners met een Nederlandse achtergrond en 3,9 miljoen inwoners met een migratieachtergrond. In 2040 telt Nederland 12,9 miljoen inwoners met een Nederlandse achtergrond en zal het aantal inwoners met een migratieachtergrond toenemen tot 5,4 miljoen (CBS, 2017). De internationale migratie speelt een centrale rol bij de toekomstige bevolkingsgroei. Veranderingen in de demografische samenstelling van de bevolking kunnen resulteren in een verschuivend bestedingspatroon aangezien verschillende bevolkingssegmenten verschillende voorkeuren kunnen hebben.

Vergrijzing van de bevolking zal ceteris paribus leiden tot lagere bestedingen in de retailsector. Dit vertaalt zich vervolgens in een lagere vraag naar winkelruimte. De lagere vraag komt vervolgens tot uitdrukking in dalende huurprijzen en/of leegstand, en op langere termijn in een krimp in het aanbod van winkelruimte, zie Figuur 4.6.

Onderzoeksbureau Q&A stelt in een vergrijzingsrapport dat ouderen minder geld en tijd spenderen aan non-food retail dan de jongere generaties.[40] Als belangrijkste oorzaak wordt genoemd dat deze doelgroep veel producten al in zijn bezit heeft en gemiddeld langer met een product doet. Daarnaast is een groot gedeelte van hun vermogen niet-liquide. Een groeiende bevolking heeft een tegenovergesteld effect op bestedingen en leidt tot meer bestedingen in de retailsector. Dit vertaalt zich vervolgens in een stijgende vraag naar winkelruimte en stijgende huurprijzen, zie Figuur 4.7. Per saldo zal de bevolkingsgroei het effect van de vergrijzing volgens onderzoeksbureau Q&A slechts in beperkte mate compenseren.

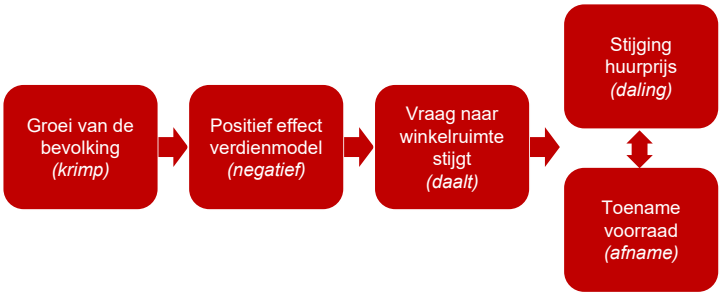
[40] Zie https://www.qanda.nl/in-de-media/vergrijzing-betekent-sterk-dalende-volumes-in-retail

Figuur 4.6 Vergrijzing leidt tot een daling in de vraag naar winkelruimte



Bron: SEO Economisch Onderzoek (2019)

Figuur 4.7 Bevolkingsgroei leidt tot hogere huurprijzen en meer behoefte aan winkelruimte; krimp heeft het tegenovergestelde effect

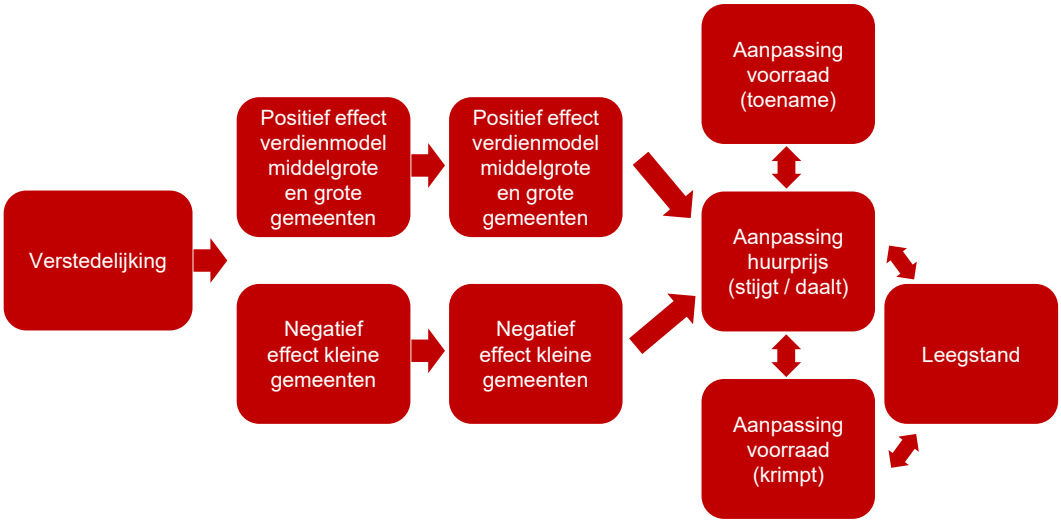


Bron: SEO Economisch Onderzoek (2019)

Het gecombineerde effect van bevolkingsgroei en vergrijzing kan geografisch sterk verschillen. Vooral in stedelijke gebieden zal de bevolkingsgroei sterk zijn. Volgens prognoses van het PBL en het CBS zal de bevolking van de vier grootste steden de komende jaren sterk blijven groeien. Ook voor de meeste middelgrote gemeenten wordt een stijging van het inwoneraantal voorzien. De kleinere, vooral perifeer gelegen, gemeenten zullen verder krimpen (PBL, 2016).[41] De verstedelijking heeft invloed op de huurmarkt voor retailvastgoed. In (middel)grote steden heeft de verstedelijking een positief effect op de huurprijzen van winkelruimte, zie Figuur 4.8. Tegelijkertijd zal het inwonertal van kleinere gemeenten krimpen, wat leidt tot een lagere consumptie van huishoudens met als gevolg minder vraag naar winkelpanden in die gebieden.

41 Zie https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/37/pbl-cbs-prognose-groei-steden-zet-door

Figuur 4.8 Verstedelijking leidt in grote en middelgrote steden tot een stijgende vraag naar winkelruimte, maar resulteert in krimp en een dalende vraag in kleinere gemeenten



Bron: SEO Economisch Onderzoek (2019)

Omdat het aanbod van winkelruimte zich niet direct aanpast, leiden deze demografische ontwikkelingen tot lokale overschotten én tekorten. In Figuur 4.9 komt dit duidelijk naar voren. De kaart toont het aantal vierkante meter winkelvloeroppervlakte in de detailhandel per inwoner van elke gemeente. In de Randstedelijke gemeenten is er over het algemeen tussen de nul en één vierkante meter winkelvloeroppervlakte per inwoner. In de rurale gebieden (met name de noordoostelijke provincies en Zeeland) loopt het aantal vierkante meter winkelvloeroppervlakte per inwoner op naar meer dan één vierkante meter per inwoner.[42] Op deze manier maakt deze kaart dus het simultaan optreden van overschot en tekort aan winkelvloeroppervlakte inzichtelijk.

Beleidsconcurrentie gemeenten

Winkels vormen een voorziening die een gemeente aantrekkelijk maken om in te wonen en te verblijven. Daarnaast leveren de verkoop van grond en de ontwikkeling daarvan ook directe baten voor de gemeente. Gemeenten concurreren met elkaar om deze voorzieningen. Net zoals concurrentie tussen private ondernemingen, kan beleidsconcurrentie tussen gemeenten vanuit economisch perspectief gunstig zijn. Het geeft inwoners van een gemeente de kans om de prestaties van gemeenten onderling te vergelijken, en eventueel te stemmen met hun voeten.[43] Het grote gevaar van beleidsconcurrentie is dat competitief gedrag op lokaal niveau leidt tot inefficiëntie op een hoger schaalniveau, in dit geval regio's, provincies en/of landsniveau (Tempelman et al., 2015).

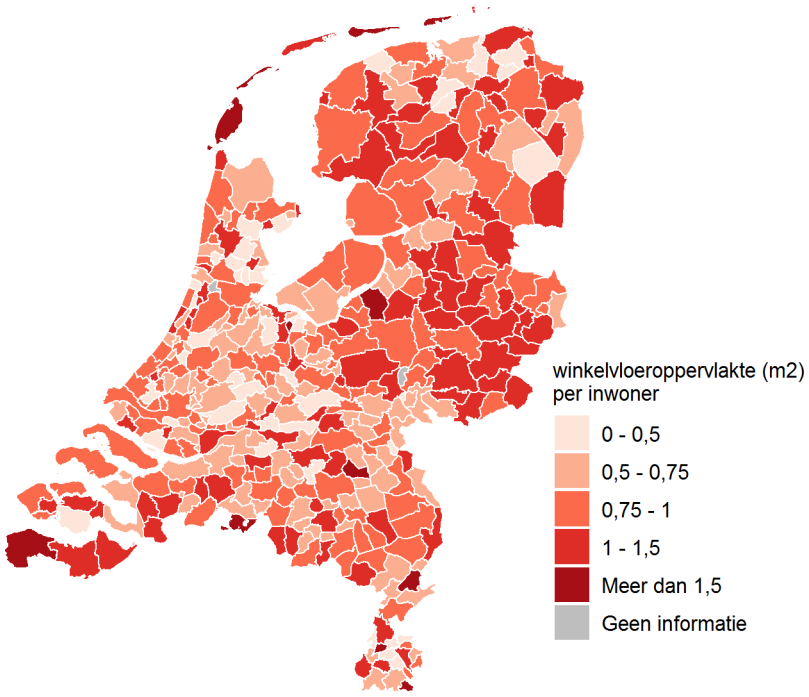
Het investeren in bedrijfsterreinen en grootschalige winkelconcentraties zijn hier belangrijke voorbeelden van. De vanuit regionaal perspectief gezien overinvestering van individuele gemeenten in het faciliteren van winkelvloeroppervlakte kan in andere gemeenten leiden tot structurele leegstand.

42 Een mogelijke verklaring hiervoor is dat verzorgingsgebieden ongeacht de bevolkingsdichtheid, voorzien in een bepaald voorzieningenniveau in winkels. De minimale omvang van winkels kan er dus in combinatie met vaste kosten van een winkelruimte voor zorgen dat verhoudingsgewijs het aanbod in vierkante meter per inwoner groter is in dunbevolkte gebieden.

43 Zie onder andere de artikelen van Tiebout (1956) en Oates (1972) voor de economische argumentatie.

De eerste acties van de provincies in het kader van de Retailagenda om te komen tot een regionaal detailhandelsbeleid kunnen worden gezien als een onderkenning van de risico's van beleidsconcurrentie en een poging om deze risico's te mitigeren. Elke provincie heeft acties ondernomen om regionale afstemming te bevorderen. De gedefinieerde regio is in de regel kleiner dan de provincie, maar groter dan één gemeente.[44] Er is nog geen duidelijke evaluatie van dit beleid. Empirisch bewijs voor een direct causaal verband tussen de verschillende acties en de genoemde daling in de leegstand ontbreekt. De vraag of de leegstand ook zonder de verschillende acties zou dalen, blijft dus onbeantwoord.

Figuur 4.9 Winkelvloeroppervlakte per inwoner is lager in de Randstad (2018)



Bron: Locatus (2018a), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

Economische ontwikkeling en de kapitaalmarkt

Volgens recente ramingen van het CPB bedraagt de groei van het bbp in 2019 gemiddeld 1,5 procent. Na groeipercentages van 2,9 procent in 2017 en 2,5 procent in 2018 is de piek van de groei achter de rug.[45] De verwachting is ook dat de groei in consumptie door huishoudens na 2019 zal afvlakken.

Naast het effect van de economische conjunctuur op de vraagzijde van de huurmarkt voor retailvastgoed, welke loopt via het verdienmodel van de ondernemer, is er ook een duidelijke wisselwerking met de aanbodzijde in deze markt. Deze wisselwerking loopt vooral via de kapitaalmarkt. De

44 Zie https://retailland.nl/overzicht-maatregelen-provincies/.
45 Zie https://www.cpb.nl/centraal-economisch-plan-cep-2019

rente die op de kapitaalmarkt tot stand komt, bepaalt in grote mate de opportuniteitskosten van beleggen in en het ontwikkelen van (commercieel) vastgoed.[46]

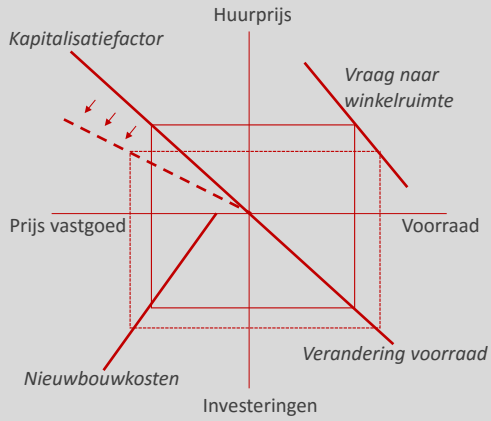
De lage rentestand draagt bij aan een toename van investeringen in vastgoed in de retailsector, zie Box 4.1.[47] Een lage rentestand houdt in dat de opportuniteitskosten van kapitaal ook laag zijn; andere typen beleggingen met gelijksoortige risicoprofielen zullen ook niet veel rendement opleveren. Daarnaast kan een lage rente er ook voor zorgen dat het aantrekken van vreemd vermogen om de investeringen te financieren goedkoper is.[48] Ten slotte kan een toenemende vraag naar vastgoed vanuit een beleggersperspectief, in combinatie met een op korte termijn niet aan te passen voorraad, leiden tot een stijging in de waarde van panden. Door het bijzondere verruimende monetair beleid (kwantitatieve verruiming) is de huidige lage rentestand mogelijk niet marktconform. De toename in investeringen in vastgoed is daarmee dus op lange termijn mogelijk ook niet marktconform.

Box 4.1 Een lagere rentestand leidt tot een toename in investeringen in vastgoed

Het in hoofdstuk 2 geïntroduceerde diagram over de interactie tussen de vastgoed- en de kapitaalmarkt is ook bruikbaar om het gestileerde effect van een lagere rentestand weer te geven. Stel bijvoorbeeld dat door een exogene schok de rente verder daalt. Het onderstaande diagram laat de gevolgen zien, waarbij het hele diagram weer tegen de klok in doorlopen kan worden.

Om het voor eigenaren aantrekkelijk te laten zijn om vastgoed aan te houden en te verhuren, moet het rendement van het verhuren minimaal gelijk zijn aan de opportuniteitskosten. Als de rente daalt, dalen de opportuniteitskosten en krijgt de bestaande hoeveelheid vastgoed (gegeven dezelfde huurprijs) een hogere waardering. Deze waardering komt in het kwadrant linksboven tot stand. Deze hogere waardering leidt tot extra investeringen in nieuwbouw. De toename in de voorraad vastgoed resulteert, bij een gelijkblijvende vraag, vervolgens in een nieuwe evenwichtssituatie met lagere huurprijzen.

Figuur 4.10 Een lagere rente resulteert in hogere prijzen voor vastgoed, meer nieuwbouw en, bij gelijkblijvende vraag, lagere huurprijzen



Bron: DiPasquale & Wheaton (1996), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

46 In Figuur 2.2 zijn het de opportuniteitskosten die de vraag van ondernemers naar winkelruimte relateren aan de mate waarin beleggers willen investeren in vastgoed.

47 Zie https://www.fondsnieuws.nl/nieuws/sectoranalyse-winkelvastgoed-nog-altijd-populair

48 Uit de gesprekken blijkt overigens dat ondanks de lage rentestand in de afgelopen jaren, ondernemers die een winkel willen starten niet gemakkelijk aan vreemd vermogen komen. De investeringskosten om een winkel te beginnen worden dan ook als een toetredingsdrempel gezien in de retailmarkt. Deze drempel zal de vraag naar retailvastgoed dempen en heeft daarmee ook indirect een impact op de markt voor retailvastgoed.

In de huurmarkt voor retailvastgoed zijn verschillende elementen waardoor een snelle aanpassing van huurprijzen op veranderende economische omstandigheden niet vanzelfsprekend is. Huren staan voor langere tijd vast en de systematiek van huurprijsaanpassingen, zoals vastgelegd in huurwetgeving, heeft ook een vertragend effect. Op basis van de gesprekken en de Strabo-data valt te concluderen dat omzethuur – waar de huurprijs volledig of gedeeltelijk direct afhankelijk is van de omzet en dus meebeweegt met de veranderende economische omstandigheden – in de praktijk nog niet vaak voorkomt. Vertraging in de verandering van het aanbod is inherent aan het product vastgoed: het ontwikkelen van vastgoed kost tijd, zelfs zonder vertraging in prijsaanpassingen.

4.2 Typen huurders en verhuurders op de markt

De twee belangrijkste actoren in de huurmarkt voor retailvastgoed zijn huurders en verhuurders. Hieronder geven we een overzicht van de verschillende soorten huurders en verhuurders die actief zijn op de markt en van de interactie die tussen hen plaatsvindt. Vanuit het juridisch kader en de gesprekken ontstaat het beeld dat grote verhuurders met name in zee gaan met grote huurders. Dit komt enerzijds door de gedachte achter de huurbescherming waarbij de onderliggende partij beschermd dient te worden, maar anderzijds ook doordat transactiekosten en risico's vaker groter worden geacht bij transacties met kleinere huurders.

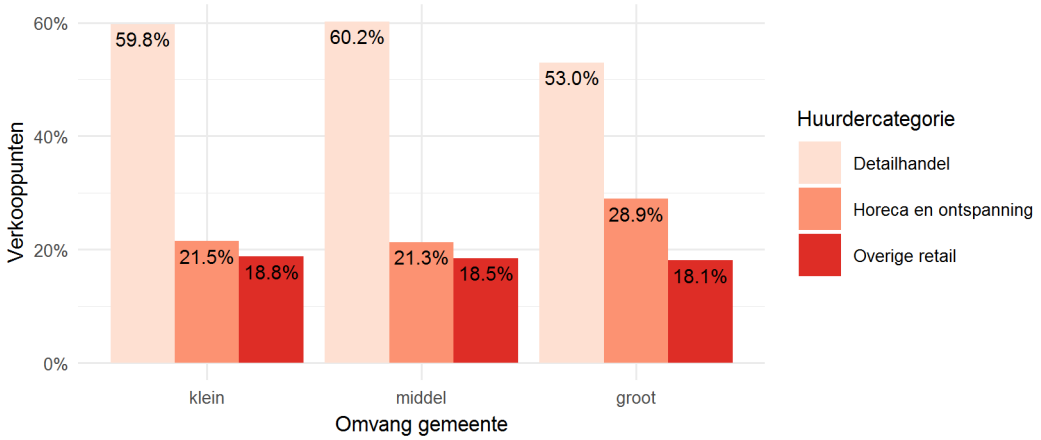
Typen huurders

Figuur 4.11 laat op basis van de winkelgebiedendata (Locatus, 2018a) zien dat het merendeel van de huurders in de categorie detailhandel valt. Het aandeel van de detailhandel is gelijk aan vijftig tot zestig procent van het totaal aantal verkooppunten. Dit is een aanzienlijk groter aandeel dan de horecabranche en overige retailers (bv. kappers en tankstations), die beide twintig tot dertig procent van het totaal aantal verkooppunten voor hun rekening nemen. Binnen de categorie detailhandel zijn vooral de levensmiddelen en kledingbranche stevig vertegenwoordigd. Samen maken deze subcategorieën ongeveer de helft uit van de gehele detailhandel. Meubelzaken en drogisterijen zijn twee andere vaak voorkomende categorieën.

Het valt op dat de horecabranche een relatief groot aandeel inneemt in grote gemeenten. Dit is in lijn met het idee dat winkelgebieden in grote gemeenten zich meer richten op het bieden van een bredere (winkel)ervaring en beleving ('funshoppen') en hangt ook samen met het type bezoekers dat deze winkelgebieden trekken (o.a. toeristen). Door het aanbod van horeca zijn deze winkelgebieden in potentie minder kwetsbaar voor de opkomst van online winkelen, omdat zij een meer complementaire rol vervullen ten opzichte van webwinkels dan de traditionele winkelgebieden waar consumenten hun (dagelijkse) boodschappen doen (Sinai & Waldfogel, 2004).

Grootstedelijke retailers kunnen een grotere variëteit van producten bieden. Hierdoor zijn consumenten minder snel geneigd om online te winkelen (Sinai & Waldfogel, 2004). In kleinere gemeenten wenden consumenten zich vanwege een beperkt lokaal productassortiment juist eerder tot online retailers. Dit argument gaat uit van een substitutie-effect van online shoppen. Dit beeld is in lijn met Figuur 4.4 waarin te zien is dat vooral in kleinere gemeenten een grote omzetdaling van fysieke winkels ten gunste van online winkels plaatsvindt. Maat & Konings (2018) concluderen min of meer hetzelfde maar focussen op de bereikbaarheid en niet zo zeer op de variëteit.

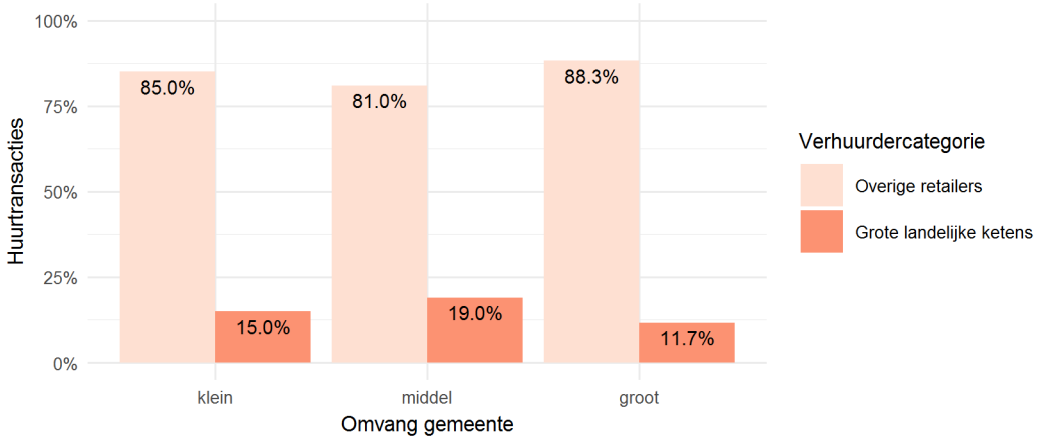
Figuur 4.11 Merendeel van de huurders valt onder detailhandel (2018)[49]



Bron: Locatus (2018a) & CBS (2018): bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019).

Naast het onderscheid tussen detailhandel, horeca en overige retail, maken we ook een onderscheid tussen grote landelijke ketens en overige retailers. De lijst met grote landelijke ketens is bepaald aan de hand van de Locatus top-200 winkelformules (Locatus, 2018b). De (handels)namen van huurders uit de Strabo-dataset zijn vervolgens gekoppeld aan deze lijst.[50] Figuur 4.12 laat zien dat het aandeel transacties van landelijke ketens relatief gering is in alle typen gemeenten. In grote gemeenten is het aandeel transacties van grote landelijke ketens het kleinst. Dit reflecteert mogelijk de hogere productvariëteit in grotere steden.[51]

Figuur 4.12 Klein aandeel transacties van landelijke ketens in grote gemeenten (2015-2018)



Bron: Strabo (2018) & CBS (2018): bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

[49] Kleine gemeenten zijn gemeenten tot 30.000 inwoners, middelgrote gemeenten tussen de 30.000 en 100.000 inwoners en grote gemeenten hebben meer dan 100.000 inwoners.

[50] Dit betekent dat deze analyse is uitgevoerd op de subset van huurders met een vastgoedtransactie in de laatste vier jaar.

[51] De relatie tussen productvariëteit en marktomvang is hoofdzakelijk onderzocht in de context van restaurants. De consensus in deze literatuur is dat het aantal productvariëteiten toeneemt met de marktomvang (zie bijvoorbeeld Berry & Waldfogel, 2010; Schiff, 2015).

Typen verhuurders

Ook aan de aanbodzijde van de markt zijn er veel verschillende soorten verhuurders. Over het type verhuurders is echter minder bekend dan over het type huurders. In de winkelgebiedendata van Locatus (2018a) zijn geen gegevens over verhuurders beschikbaar. De vastgoedtransactiedata van Strabo (2018) bevatten informatie over welke verhuurder er achter elke huurtransactie zit, maar helaas is deze informatie voor veel transacties onbekend. Voor meer dan de helft van de huurtransacties is de vastgoedeigenaar onbekend. Onder de wel bekende verhuurders bevinden zich verschillende soorten grote beleggingsfondsen en -maatschappijen, zoals pensioenfondsen, vastgoedfondsen en verzekeringsmaatschappijen. Naast informatie over het type verhuurder bevatten de vastgoedtransactiedata ook gegevens over de nationaliteit van de verhuurders.[52]

Op basis van de verschillende categorieën van verhuurders in de vastgoedtransactiedata, is er een onderscheid gemaakt tussen:

- institutionele beleggers; instellingen zoals pensioenfondsen en verzekeringsmaatschappijen die grote vermogens beheren en deze gedeeltelijk investeren in retailvastgoed,
- particuliere beleggers; beleggers in retailvastgoed ten bate van eigen/familiekapitaal,
- overige verhuurders, zoals onder andere woningbouwverenigingen, projectontwikkelaars en bouwbedrijven.

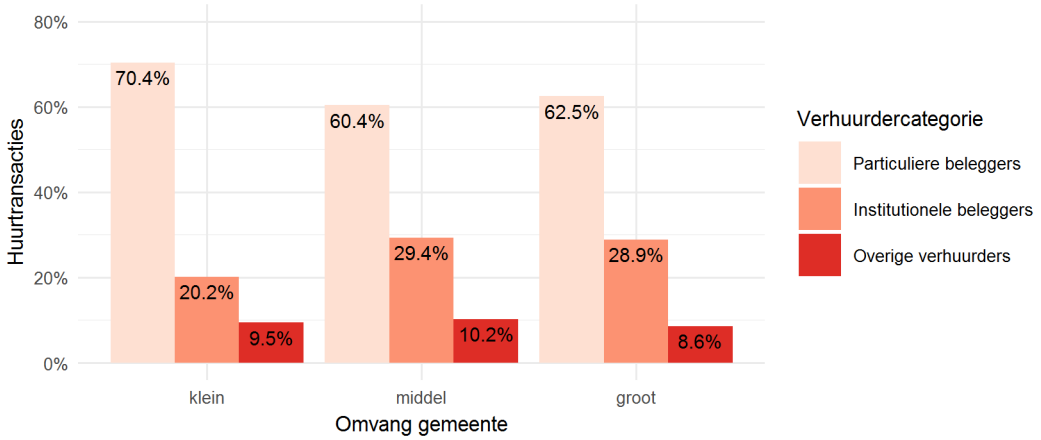
Figuur 4.13 laat de verhouding tussen deze drie groepen verhuurders zien over de drie typen gemeenten. Particuliere beleggers vormen de grootste groep verhuurders. Dit kwalitatieve patroon verschilt niet over de typen gemeenten.[53] Wat wel opvalt, is dat het aandeel particuliere beleggers duidelijk groter is in kleine gemeenten (ongeveer zeventig procent) ten opzichte van middelgrote en grote gemeenten (ongeveer zestig procent). Dit grotere aandeel particuliere beleggers in kleine gemeenten gaat vooral ten koste van het aandeel institutionele beleggers. Onder de aanname dat particuliere beleggers over het algemeen een minder grote vastgoedportefeuille bezitten dan institutionele beleggers, impliceert dit dat er in kleine gemeenten relatief meer kleine aanbieders van retailvastgoed actief zijn.

Om een verder onderscheid te maken tussen kleine en grote verhuurders, zijn grote verhuurders geïdentificeerd als die partijen die in de vastgoedtransactiedata minimaal tien keer voorkomen als verhuurder van retailvastgoed. Dit is van belang aangezien particuliere beleggers ook een grote portefeuille kunnen hebben. Figuur 4.14 bevestigt het eerder getoonde patroon dat de kleine verhuurders vooral in de kleine gemeenten actief zijn en grote verhuurders in de grote gemeenten.

52 Het overgrote deel van de transacties uit de Strabo-data waarvan de verhuurder bekend is, betreft een transactie van een Nederlandse verhuurder (meer dan 95 procent), op afstand gevolgd door verhuurders uit onder andere de Verenigde Staten, Groot-Brittannië, Frankrijk en Duitsland.

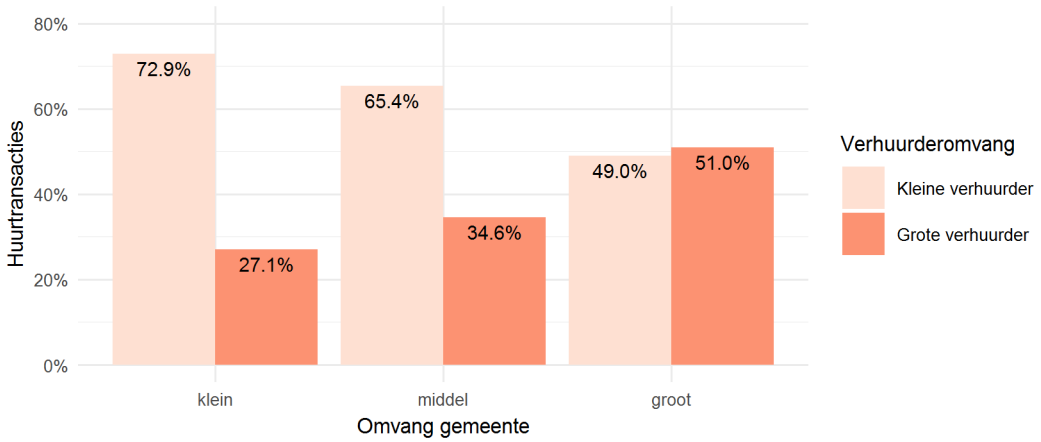
53 Het is belangrijk om hierbij rekening te houden met mogelijke selectie-effecten in de Strabo-data. Institutionele beleggers maken mogelijk minder vaak bekend betrokken te zijn bij vastgoedtransacties. Hierdoor zouden ze automatisch minder vaak voorkomen in de dataset.

Figuur 4.13 Het grootste gedeelte van de verhuurders is particulier belegger (2015-2018)



Bron: Strabo (2018) & CBS (2018): bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

Figuur 4.14 Aandeel grote verhuurders neemt toe met de omvang van gemeenten (2015-2018)



Bron: Strabo (2018) & CBS (2018): bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

Interactie tussen huurders en verhuurders

De ruimtelijke verdeling van het type huurders en verhuurders kan gevolgen hebben voor de lokale verhoudingen en de onderhandelingspositie van zowel huurder als verhuurder. Grote huurders (landelijke ketens) zijn relatief minder actief in grote gemeenten (Figuur 4.12), terwijl grote verhuurders hier juist een groter aandeel innemen (Figuur 4.14).

Een nadere analyse van de vastgoedtransactiedata toont aan dat grote huurders relatief vaker een huurovereenkomst hebben met grote verhuurders en kleine huurders relatief vaker met kleine verhuurders. Landelijke ketens, bijvoorbeeld, doen vaker zaken met institutionele beleggers terwijl overige retailers vaker huren bij particuliere beleggers, zie Tabel 4.1.

Tabel 4.2 bevestigt dit patroon door het tonen van de kruislingse verhouding tussen grote (kleine) huurders en grote (kleine) verhuurders. Hoewel grote (kleine) huurders dus relatief vaker kleine (grote) verhuurders tegenkomen in de lokale markt, gaan deze partijen dus relatief minder vaak een overeenkomst met elkaar aan.

De data bevestigen het beeld vanuit het juridisch kader en de gesprekken dat grote verhuurders met name in zee gaan met grote huurders, en kleine verhuurders met kleine huurders. Naast de huurbescherming worden ook de professionaliteit en het risicoprofiel van kleinere huurders genoemd als mogelijke overwegingen voor verhuurders om minder snel een huurovereenkomst met kleinere partijen aan te gaan.

Tabel 4.1 Ketens hebben relatief vaker een contract bij institutionele beleggers (2015-2018)

Type huurder / verhuurder	Institutionele beleggers	Particuliere beleggers	Overige verhuurders
Landelijke ketens	172 (44,3%)	174 (44,8%)	42 (10,8%)
Overige retailers	585 (25,6%)	1497 (65,5%)	203 (8,9%)

Bron: Strabo (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

Tabel 4.2 Ketens hebben relatief vaker een contract bij grote verhuurders (2015-2018)

Type huurder / verhuurder	Grote verhuurder	Kleine verhuurder
Landelijke ketens	184 (58,8%)	129 (41,2%)
Overige retailers	547 (39,7%)	831 (60,3%)

Bron: Strabo (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

Overstapdrempels

De gesprekspartners geven aan dat eventuele overstapkosten naar een andere winkelruimte hoog zijn. Hierdoor is hun onderhandelingspositie slechter ten opzichte van de verhuurder of grote huurders. Door de hoge overstapkosten kan met name de kleine huurder tijdens onderhandelingen met de verhuurder minder snel op een geloofwaardige wijze dreigen met het overstappen naar een andere winkelruimte. In theorie kan dit leiden tot een versterking van de machtspositie van een verhuurder en daarmee een knelpunt vormen in deze markt. De daadwerkelijke overstapkosten zijn specifiek per winkelconcept. De opstartkosten van een winkel geven een mogelijke indicatie. Meerdere gesprekspartners noemen een terugverdientijd van vijf à tien jaar voor deze kosten. Deze termijn sluit aan bij de gangbare duur van een huurovereenkomst zoals bedoeld in de huurwetgeving.

4.3 Concentratiegraad

Voor een goed begrip van de verhoudingen in de retailvastgoedmarkt is naast informatie over de typen actoren op de markt ook een beeld van de marktconcentratie van belang. Dit gedeelte analyseert de marktconcentratie aan zowel de aanbod- als vraagzijde van de markt en de potentiële economische gevolgen van marktconcentratie in de retailhuurmarkt.[54]

Concentratiegraad aanbodzijde van de markt (verhuurders)

Een hoge concentratiegraad aan de aanbodzijde van de markt kan leiden tot minder concurrentie tussen verhuurders. Hierdoor kunnen verhuurders huurprijzen boven de marktniveaus vragen en ondermaatse kwaliteit leveren. In deze zin vormt een hoge concentratiegraad aan de verhuurderszijde van de markt dus een belemmering voor de marktwerking.

[54] Specifiek kijken we daarbij naar de concentratie op gemeenteniveau. Deze keuze is ingegeven door de beschikbare data en vertegenwoordigt geen formele geografische marktafbakening.

Aan de andere kant kan marktmacht van verhuurders juist ook bijdragen aan het succes van winkelgebieden. Verhuurders met marktmacht hebben meer belang bij het goed functioneren van het winkelgebied.[55] Het belangrijkste voorbeeld waar lokale marktmacht te verwachten is, is het winkelcentrum met één vastgoedeigenaar. Deze eigenaar heeft een extra prikkel om leegstand te voorkomen, of preciezer geformuleerd, te streven naar een optimale leegstand. Hierbij moet de eigenaar een afweging maken tussen het voor een lagere huurprijs verhuren of leegstand. Leegstand verlaagt de aantrekkelijkheid van het gebied waardoor ook de omliggende panden minder aantrekkelijk worden. De eigenaar houdt ook met deze kosten rekening. Op basis van deze redenering is de verwachting dat leegstand minder vaak voorkomt in gebieden waar de verhuurder veel marktmacht heeft. De verhuurder internaliseert immers de externe effecten van de leegstand op omliggende panden om op die manier de eigen winst te maximaliseren.

Welke van deze twee effecten (negatieve effecten van minder mededinging en positieve effecten van het internaliseren van externe kosten) domineert, is een empirische vraag waar tot op heden nog geen sluitend en eenduidig empirisch bewijs voor bestaat.

Maatstaven voor concentratie

De Hirschman-Herfindahl Index (HHI) is een veelgebruikte maatstaf voor het meten van concentratie. Voor het berekenen van de HHI is informatie over de marktaandelen van alle partijen in de relevante markt (bv. een winkelgebied) nodig. In de winkelgebiedendata van Locatus zit geen informatie over het eigendom van het retailvastgoed. De vastgoedtransactiedata bevatten wel informatie over de vastgoedeigenaren achter huurtransacties. Deze variabele is helaas slecht gevuld. Hiernaast kan op basis van deze data nooit een volledig beeld van de marktaandelen van verhuurders worden gegeven, omdat de data gebaseerd zijn op verhuurtransacties en dus alleen informatie bevatten over (winkel)panden waar een verhuurtransactie over gepubliceerd is.

Om toch een beeld te vormen van de concentratiegraad aan de verhuurderszijde van de markt, zijn uit websites en jaarverslagen gegevens verzameld over het winkelvastgoed van leden van de Vereniging van Institutionele Beleggers in Vastgoed Nederland (IVBN).[56] Figuur 4.15 toont de landelijke spreiding van het detailhandelvastgoedbezit van de IVBN-leden. Het geobserveerde winkelvastgoed van de IVBN-leden concentreert zich met name in de Randstad en de grote steden. Dit komt overeen met onze eerdere bevinding dat met name de Randstedelijke winkelgebieden in trek zijn bij grote vastgoedeigenaren.

Figuur 4.16 bevestigt het patroon van meer IVBN-vastgoedbezit in Randstedelijke gebieden. De grafiek toont de relatie tussen het winkelvastgoedbezit van de IVBN-leden en de afstand tot het (geografisch) middelpunt van de Randstad. De donkerrode lijn toont de relatie voor grote gemeenten, terwijl de lichtere rode lijnen de relatie tonen voor middelgrote en kleine gemeenten. Het vastgoedbezit van IVBN-leden in grote gemeenten (donkerrode lijn) is groter dan het vastgoedbezit in middelgrote en kleine gemeenten. In alle typen gemeenten – maar met name in grote gemeenten – neemt het vastgoedbezit af in afstand tot de Randstad.[57]

De kaart in Figuur 4.15 en de grafiek in Figuur 4.16 tonen de locaties waar IVBN-leden in absolute zin het meeste winkelvastgoed bezitten. Vanuit het oogpunt van marktconcentratie is het relatieve

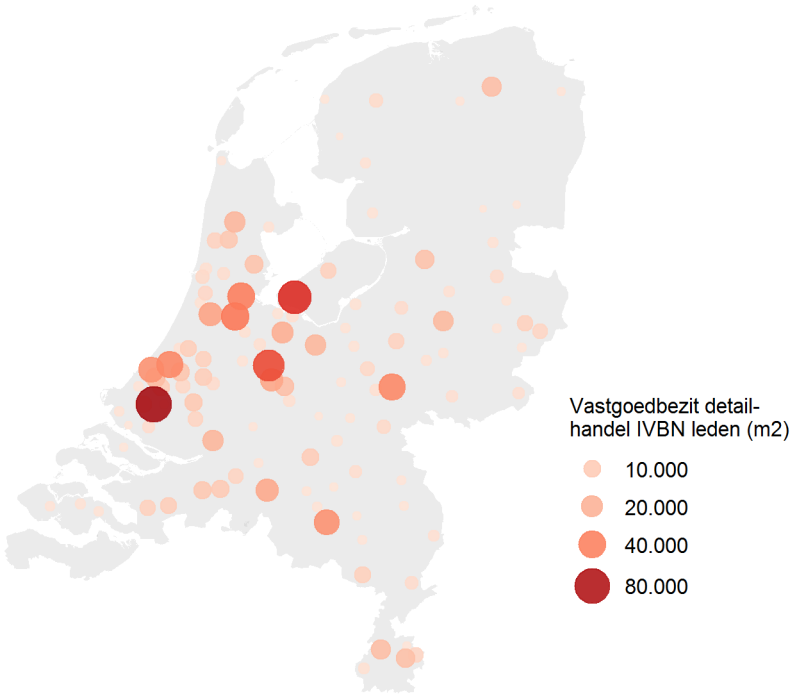
55 Zie o.a. Smith & Hay (2005) voor een wetenschappelijke verhandeling over dit mechanisme.

56 Omdat we van de helft van de IVBN-leden gegevens hebben over de objecten in de vastgoedportefeuille, bieden deze data een (zeer) partieel beeld van de eigendomsconcentratie van het vastgoed in de Nederlandse retailvastgoedmarkt. Zie Bijlage C voor een beschrijving van deze data.

57 Het aantal observaties in de data is niet toereikend om dezelfde figuren op een lager schaalniveau, bijvoorbeeld voor grote steden, weer te geven.

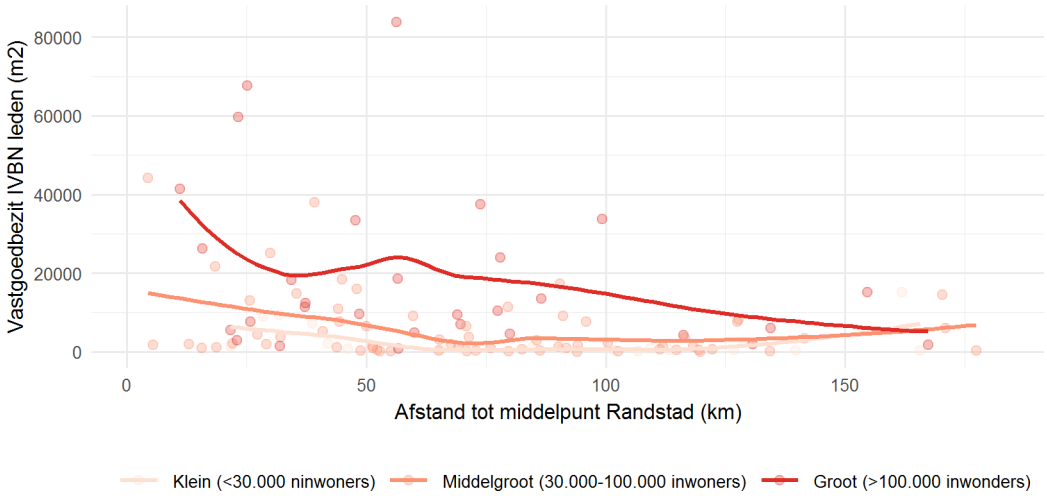
bezit ten opzichte van het totale aanbod winkelvastgoed vooral van belang. Vanwege de beperkingen van de vastgoedeigenarendata zijn deze gegevens enkel weergegeven voor de steden Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht en Eindhoven.

Figuur 4.15 IVBN-leden zijn met name actief in de Randstad (2018)



Bron: IVBN jaarverslagen en websites & CBS Statline (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

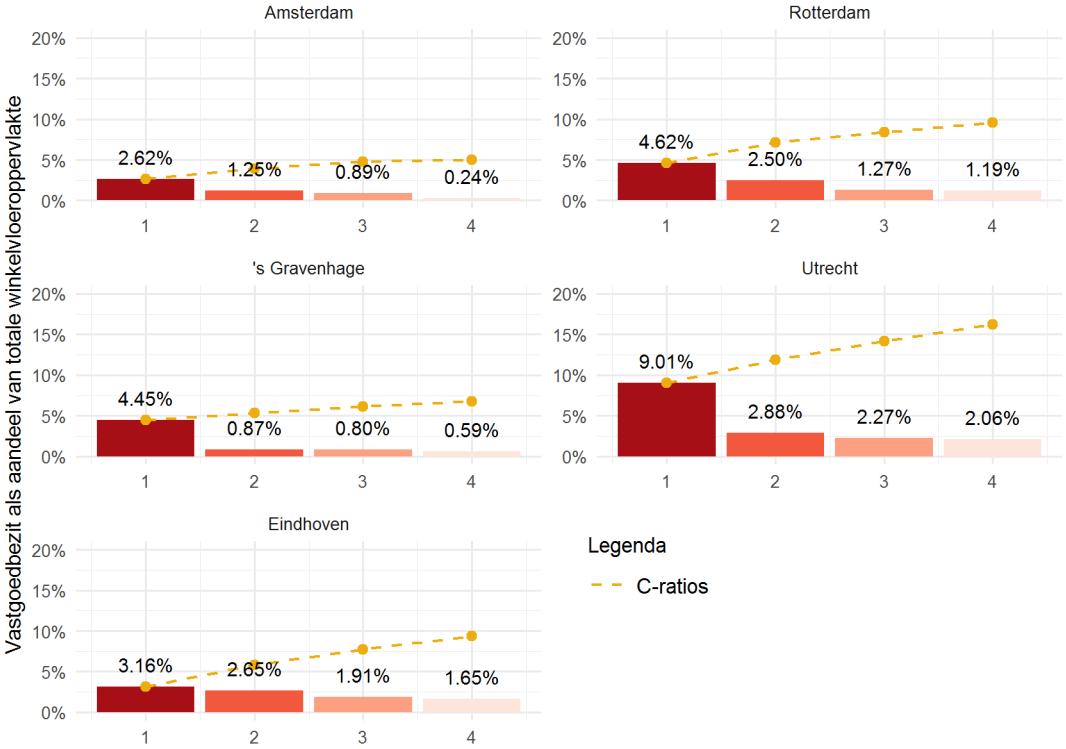
Figuur 4.16 Vastgoedbezit IVBN-leden neemt af in afstand tot de Randstad (2018)



Bron: IVBN jaarverslagen en websites & CBS Statline (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)
Noot: Voor deze analyse is de Randstad gedefinieerd als de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland, Utrecht en Flevoland. Het geografische middelpunt van de Randstad ligt in deze definitie vlak onder Amstelveen. Een andere definitie van de Randstad (zonder Flevoland) levert kwalitatief dezelfde patronen op.

Figuur 4.17 toont voor elk van de steden het winkelvastgoedeigendom van de vijf in desbetreffende gemeente grootste IVBN-leden. De gele lijn geeft het cumulatieve vastgoedeigendom van de vijf grootste IVBN-leden.[58] Belangrijkste bevinding is dat het marktaandeel van de grootste IVBN-leden in de G5-steden over het algemeen klein is. Utrecht vertoont wel een duidelijk hogere concentratiegraad dan de andere G5-steden. Het grootste IVBN-lid bezit hier ongeveer negen procent van het totale winkelvloeroppervlakte. De C4-ratio is gelijk aan 16 procent, wat nog steeds beschouwd kan worden als een (zeer) lage mate van concentratie.

Figuur 4.17 Utrecht kent de hoogste concentratie detailvastgoedeigendom van G5-steden (2018)



Bron: IVBN jaarverslagen en websites & Locatus (2018a), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)
Noten: De kolommen geven het vastgoedbezit van de vijf grootste IVBN leden in desbetreffende gemeente. De gele stippellijn vertegenwoordigt de C-ratios (C1, C2, etc.).

De percentages in Figuur 4.17 geven geen reden om aan te nemen dat er een (te) hoge concentratiegraad is aan de verhuurderszijde van de markt. Wel is het van belang dat deze concentratiecijfers zijn berekend op gemeenteniveau en niet op winkelgebiedniveau. Het kan nog steeds zo zijn dat bepaalde winkelgebieden en dan met name winkelcentra gedomineerd worden door één of enkele aanbieder(s). De beschikbare data zijn echter niet gedetailleerd genoeg om op winkelgebiedniveau uitspraken te doen over de concentratiegraad.

Concentratiegraad vraagzijde van de markt (huurders)

Naast concentratie aan de aanbodzijde van de markt, kan er ook sprake zijn van concentratie van de vragers in een markt. Marktconcentratie aan de vraagzijde kan tot gevolg hebben dat huurders

[58] Binnen de economische literatuur staan deze cumulatieve marktaandelen ook wel bekend als de C-ratio's (zie o.a. Schmalensee, 1989). C-ratio's worden vaak gebruikt als concentratiemaatstaf als het niet mogelijk is om de HHI uit te rekenen. Dit kan voorkomen als het niet mogelijk is om het marktaandeel voor alle aanbieders vast te stellen, zoals in onze situatie.

een zekere mate van marktmacht hebben over verhuurders. Dit kan leiden tot een situatie waarin huurders prijzen kunnen onderhandelen onder de marktniveaus.

Gegeven het diffuse Nederlandse retaillandschap (veel verschillende retailers) is het niet waarschijnlijk dat er in algemene zin sprake is van marktmacht aan de vraagzijde van de markt. Wel kan marktconcentratie aan de vraagzijde van de markt in specifieke lokale situaties een rol spelen. Zo kunnen kleine buurt- en supermarktcentra zeer afhankelijk zijn van een enkele supermarkt(keten). Vanuit de winkelgebiedendata (Locatus, 2018a) is te herleiden dat voor ongeveer de helft van de kernverzorgende supermarktcentra en een kwart van de reguliere supermarktcentra geldt dat één supermarkt(keten) meer dan vijftig procent van het totale winkelvloeroppervlakte binnen dat winkelgebied betrekt.[59]

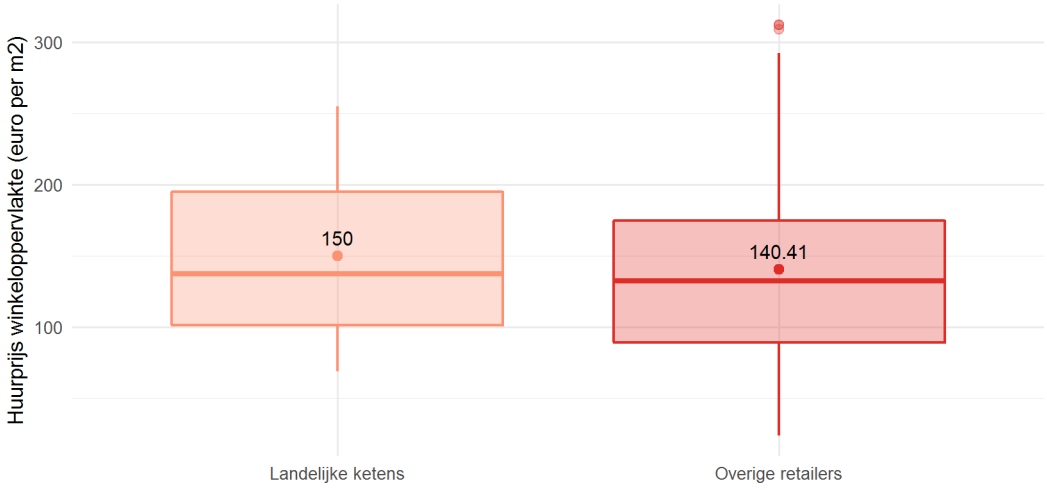
Deze afhankelijkheid kan de supermarkt(keten) een dominante onderhandelingspositie opleveren, zeker als de verhurende partij meer winkelpanden bezit in het desbetreffende gebied. In de wetenschappelijke literatuur staan winkels die een dergelijke belangrijke positie innemen bekend als 'anchor stores' (Brueckner, 1993). Benjamin et al. (1992) rapporteren dat dominante winkels betere huurvoorwaarden kunnen onderhandelen dan de overige huurders in het winkelgebied. Hier staat tegenover dat de dominante winkels ook meer bezoekers genereren waardoor de winsten van de overige huurders stijgen. Vanuit economisch oogpunt creëren deze grote winkels dus meer waarde en worden ze daarvoor beloond met een lagere huurprijs (Pashigian and Gould, 1998; Gould et al., 2005).

In de huurtransactiedata (Strabo, 2018) zijn echter geen aanwijzingen te vinden voor dit effect. Figuur 4.18 toont met behulp van een boxplot de verschillen in de huurprijzen die betaald worden door landelijke ketens en overige retailers in kleine winkelgebieden (buurt- en supermarktcentra). Deze kleine winkelgebieden zijn mogelijk sterk afhankelijk van het winkelpubliek dat door één of twee grote landelijke ketens – de 'anchor stores' – gegenereerd wordt. Volgens de theorie van 'anchor stores' zouden deze landelijke ketens via een betere onderhandelingspositie beloond worden met lagere huurprijzen. De gemiddelde huurprijs die in deze winkelgebieden betaald wordt door landelijke retailers is echter min of meer gelijk aan de prijzen die de overige retailers betalen (gemiddeld 150 versus 140 euro per vierkante meter).[60] Een mogelijke verklaring hiervoor is dat ook in deze kleine winkelgebieden het vastgoedeigendom versnipperd is en de positieve winkelexternaliteiten die uitgaan van de landelijke ketens daarom niet geïnternaliseerd worden in de huurprijzen. Een verklaring vanuit de ruimtelijke evenwichtstheorie kan zijn dat landelijke ketens een sterker verdienmodel hebben en daardoor bereid zijn meer te betalen voor winkelruimte. Ten slotte is de theorie van 'anchor stores' gebaseerd op onderzoek in de Amerikaanse context en is deze context mogelijk niet één-op-één te vertalen naar het Nederlandse winkellandschap.

59 Zie Bijlage B voor de definitie van deze winkelgebiedstyperingen.

60 Dit verschil is niet statistisch significant. Het 95 procent betrouwbaarheidsinterval van het verschil in huurprijs tussen landelijke ketens en overige retailers loopt van -44 tot 63 euro per vierkante meter winkelvloeroppervlakte.

Figuur 4.18 Landelijke retailers krijgen geen huurprijskorting in kleine winkelgebieden (2015-2018)



Bron: Strabo (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)
Noten: Data bevatten verhuurtransacties in buurt-, supermarkt- en kernverzorgende supermarktcentra.

4.4 Knelpunten vanuit analyse structuur

- De structuur van de retailvastgoedmarkt omvat exogene factoren, de kenmerken van huurders en verhuurders op deze markt, de interactie tussen deze partijen en de concentratiegraad aan zowel de huur- als verhuurzijde van de markt.
- Een aantal exogene factoren, zoals verschuiving naar online winkelen en verstedelijking, zorgt, met name lokaal, voor een afnemende vraag naar fysieke winkelruimte. Dit vormt op zichzelf geen knelpunt. Via het in hoofdstuk 2 behandelde mechanisme van winkelexternaliteiten, kan als de afnemende vraag naar winkelruimte resulteert in leegstand wel een negatieve ontwikkeling ontstaan met toenemende leegstand.
- De analyse van de interactie tussen huurders en verhuurders suggereert dat grote verhuurders (huurders) minder geneigd zijn om huurovereenkomsten af te sluiten met kleine huurders (verhuurders). Deze bevinding is consistent met de prikkels die uitgaan van het juridisch kader. Ook de professionaliteit en het risicoprofiel van kleine huurders spelen hierin een rol. Deze prikkels hebben mogelijk een negatief effect op het aantal huurtransacties en de snelheid waarmee deze tot stand komen en kunnen resulteren in leegstand.
- De gesprekspartners geven aan dat switchen naar een andere winkelruimte kosten met zich meebrengt. Deze overstapkosten kunnen de onderhandelingspositie van de verhuurder versterken.
- De beschikbare gegevens op gemeenteniveau suggereren een lage concentratiegraad van vraag en aanbod op deze markt. Uit de gesprekken met de betrokkenen volgt dat op lagere meetniveaus, zoals winkelgebied- of winkelstraat, er wel sprake kan zijn van een hogere mate van concentratie. Een potentieel hoge concentratie in deze markt is niet per definitie een knelpunt. Ten eerste kunnen concentratieniveaus van huurders en verhuurders de onderhandelingspositie in balans houden. Ten tweede is vanuit de economische theorie bekend dat marktconcentratie in deze markt zowel negatieve (gebrek aan concurrentie) als positieve effecten (internalisatie van winkelexternaliteiten) kan hebben. Op voorhand is niet vast te stellen welk van deze twee effecten domineert.

5 Gedrag van verhuurders en huurders

Nieuwbouw van winkelruimte vindt vooral plaats buiten bestaande winkelgebieden, buiten de Randstad en in kleinere gemeenten. Gesprekspartners geven aan dat de laatste paar jaar onttrekkingen vaker voorkomen, en dat winkelruimte transformeert in woonruimte. De huurprijs van retailvastgoed daalt de laatste jaren.

5.1 Mutaties in voorraad winkelruimtevastgoed

Nieuwbouw

De database van Vastgoeddata (2018) geeft inzicht in de omvang en geografische spreiding van winkelnieuwbouw in Nederland. Hiervoor zijn in dit onderzoek alle commerciële vastgoedpanden met een winkelfunctie en een bouwjaar vanaf 2015 geselecteerd.[61] Hierbij is een onderscheid te maken tussen winkelnieuwbouw binnen de door Locatus gedefinieerde winkelgebieden en nieuwbouw buiten deze gebieden. Uit de som van nieuwbouw en onttrekkingen van winkelpanden uit de huidige voorraad volgt de verandering – toename of afname – in de voorraad en daarmee in het aanbod.

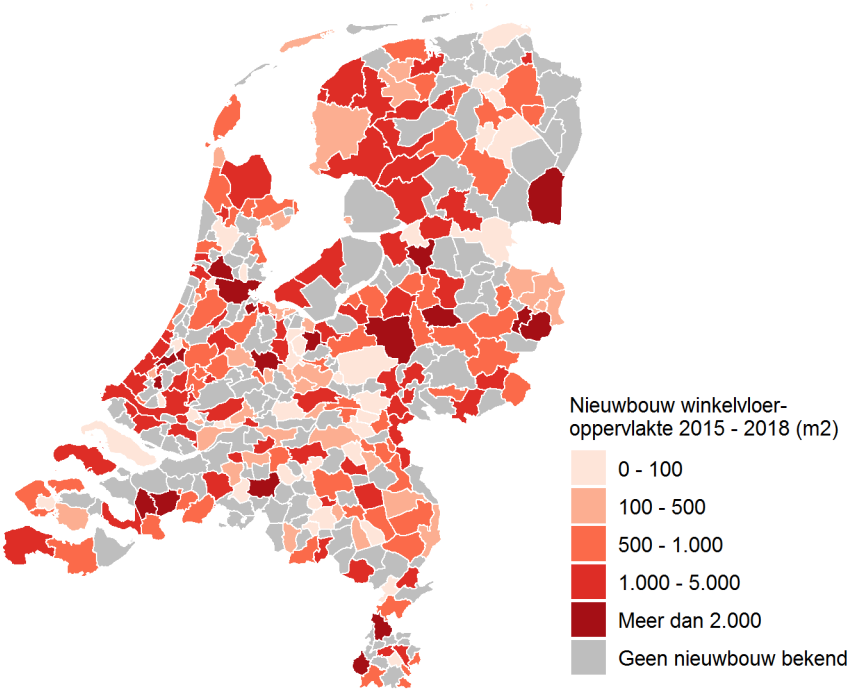
Figuur 5.1 toont de spreiding van het nieuwbouw winkelvloeroppervlakte over Nederland. De kaart laat zien dat winkelnieuwbouw verspreid is over heel Nederland; er is geen duidelijke concentratie in bepaalde provincies. Figuur 5.2 focust enkel op de winkelnieuwbouw binnen winkelgebieden. Het patroon in deze kaart suggereert dat winkelnieuwbouw binnen winkelgebieden zich sinds 2015 met name concentreert buiten de Randstad. Onder de gemeenten waar de meeste vierkante meters winkelvloeroppervlakte worden bijgebouwd, zijn de grotere regionale steden zoals Emmen, Deventer, Tilburg en Apeldoorn goed vertegenwoordigd.

Het is op het eerste gezicht verrassend dat de grote steden Amsterdam, Den Haag, Rotterdam, Utrecht en Eindhoven niet voorkomen in de top van de gemeenten met de meeste nieuwbouw binnen bestaande winkelgebieden. Het gebrek aan fysieke ruimte voor nieuwbouw in deze steden, onder andere door een stevigere concurrentie met ander grondgebruik waaronder wonen, is hiervoor een mogelijke verklaring.

De ruimtelijke spreiding van de nieuwbouw zoals getoond in de kaarten in Figuur 5.1 en Figuur 5.2 is ook weer te geven als de samenhang tussen nieuwbouw en de afstand tot het geografische middelpunt van de Randstad. Gelijk aan het patroon in de kaarten, blijft de totale winkelnieuwbouw min of meer gelijk in afstand tot de Randstad (zie Figuur 5.3), terwijl de winkelnieuwbouw binnen winkelgebieden in grote gemeenten zelfs licht toeneemt naarmate een gemeente verder van de Randstad vandaan ligt (zie Figuur 5.4).

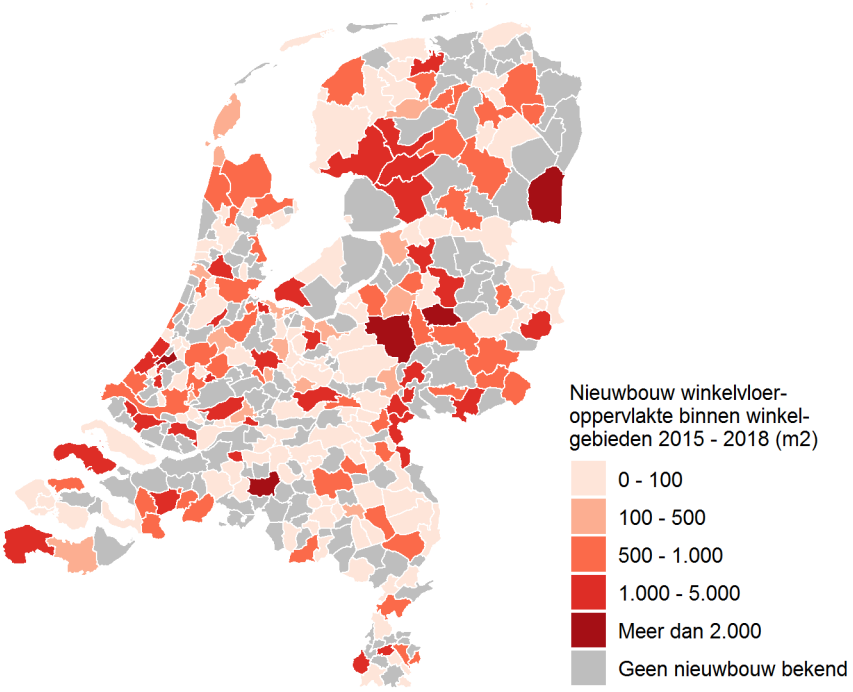
[61] Zie Bijlage B voor een beschrijving van deze dataset.

Figuur 5.1 Nieuwbouw winkelvloeroppervlakte is uniform verspreid over Nederland (2015-2018)



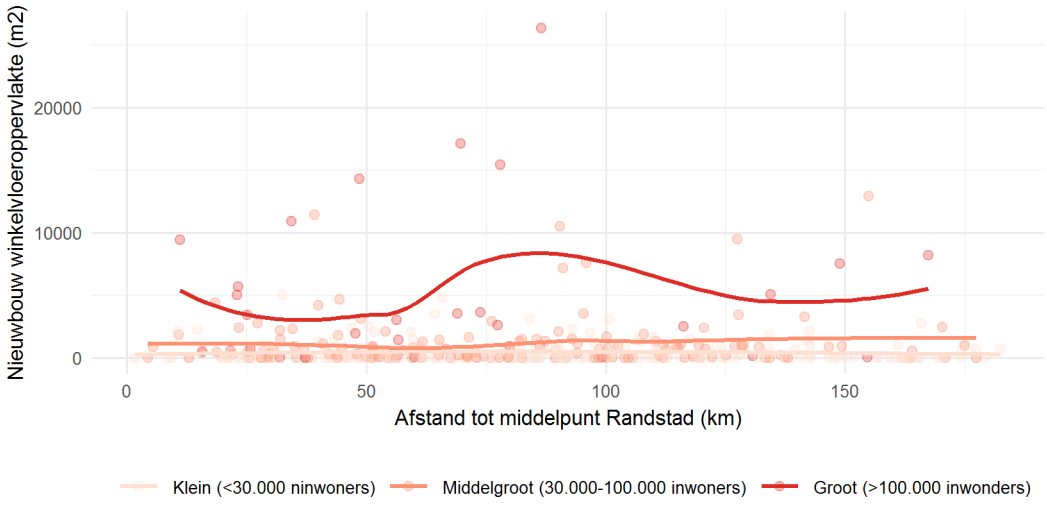
Bron: Vastgoeddata (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

Figuur 5.2 Nieuwbouw binnen winkelgebieden hoger buiten de Randstad (2015-2018)



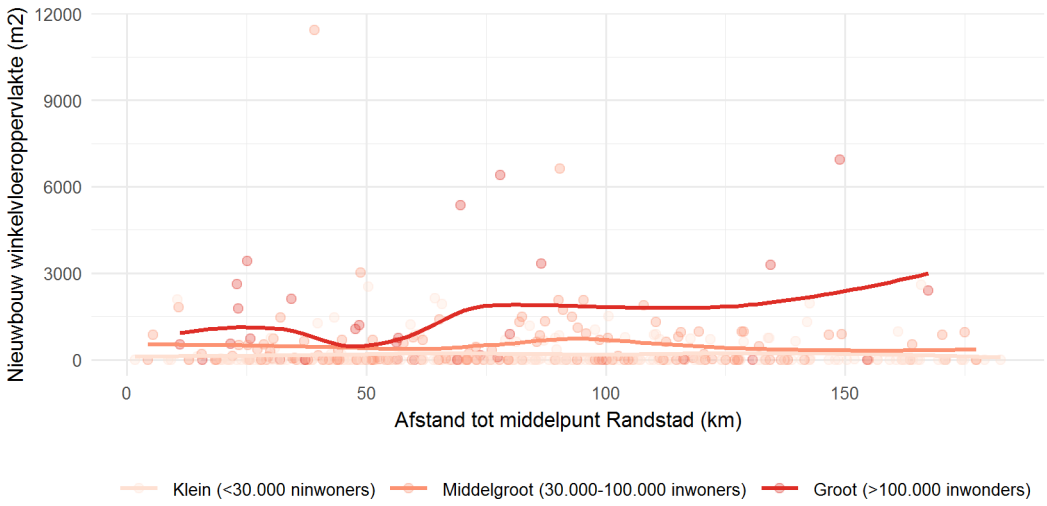
Bron: Vastgoeddata (2018) & Locatus (2018a), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

Figuur 5.3 Winkelnieuwbouw blijft min of meer gelijk in afstand tot de Randstad (2015-2018)



Bron: Vastgoeddata (2018) & Locatus (2018a) & CBS Statline (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)
Noot: Voor deze analyse is de Randstad gedefinieerd als de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland, Utrecht en Flevoland. Het geografische middelpunt van de Randstad ligt in deze definitie vlak onder Amstelveen. Een andere definitie van de Randstad (zonder Flevoland) levert kwalitatief dezelfde patronen op.

Figuur 5.4 Winkelnieuwbouw binnen winkelgebieden hoger buiten Randstad (2015-2018)



Bron: Vastgoeddata (2018) & Locatus (2018a) & CBS Statline (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)
Noot: Voor deze analyse is de Randstad gedefinieerd als de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland, Utrecht en Flevoland. Het geografische middelpunt van de Randstad ligt in deze definitie vlak onder Amstelveen. Een andere definitie van de Randstad (zonder Flevoland) levert kwalitatief dezelfde patronen op.

Tot slot toont de eerste kolom in Tabel 5.1 het gemiddelde aantal vierkante meters aan nieuwbouw winkelvloeroppervlakte over gemeenteomvang in absolute zin en in de tweede kolom ten opzichte van de bestaande winkelvloeroppervlakte. Zoals de hierboven getoonde kaarten en grafieken al laten zien, is er in de afgelopen vier jaar in grote gemeenten het meest bijgebouwd. Dit is echter in

absolute zin. In relatieve zin, dus ten opzichte van de bestaande voorraad, is er juist in kleine gemeenten meer winkelvloeroppervlakte toegevoegd. Dit geldt zowel voor de nieuwbouw binnen winkelgebieden als de nieuwbouw buiten winkelgebieden.

Tabel 5.1 Relatief veel nieuwbouw in kleine gemeenten (2015-2018)

	Nieuwbouw winkelvloeroppervlakte			
	Binnen winkelgebieden		Buiten winkelgebieden	
	m2	%	m2	%
Kleine gemeenten (<30k)	180	1,4	232	2,9
Middelgrote gemeenten (30-100k)	480	1,1	701	1,2
Grote gemeenten (>100k)	1.423	0,9	3.414	2,2

Bron: Vastgoeddata (2018) & CBS Statline (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

Wat ook opvalt, is dat er meer winkelvloeroppervlakte wordt bijgebouwd buiten winkelgebieden dan binnen winkelgebieden. Waarschijnlijk is dit in elk geval deels te verklaren doordat grote winkelpanden (bv. bouwmarkten, nieuwe supermarkten, grote discountwinkels) vaker gebouwd worden buiten winkelgebieden. Vanuit de economische literatuur is bekend dat dergelijke grote verkooppunten op buitenlocaties (zogeheten 'big box stores') een uithollende werking kunnen hebben op in de buurt gelegen winkelgebieden (Uschev et al., 2015; Sanchez-Vidal, 2016).[62] Verschillende gesprekspartners bevestigen dit beeld en noemen België als voorbeeld waar uitholling een probleem is.

Onttrekkingen

Afname van de winkelvoorraad is voor een belangrijk deel het gevolg van het transformeren van winkelpanden naar een ander gebruiksdoel (bv. woon- en kantoorruimte). Naast transformatie kan de winkelvoorraad ook afnemen door sloop van leegstaande panden. De winkelengebieddata in dit onderzoek (Locatus, 2018a) betreffen een momentopname van de winkelvoorraad. Uit de beschikbare data is geen informatie te herleiden over de onttrekking van winkelpanden. Het onderzoek richt zich daarom op de hierover bestaande (vak)literatuur.

Buitelaar et al. (2013) laten op basis van Locatus-data op pandniveau zien dat over de periode 2004-2013 het aantal vierkante meters winkelonttrekking lager is dan het aantal vierkante meters nieuwbouw. Dit verschil is in de laatste jaren echter wel afgenomen. In termen van aantal panden worden er aan het eind van de periode al meer panden onttrokken dan nieuwgebouwd. Volgens het koopstromenonderzoek dat wordt uitgevoerd in opdracht van de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht, is transformatie momenteel de belangrijkste oorzaak voor afname van de winkelleegstand.[63]

De verwachting van marktonderzoeksbureau USP is dat de fysieke retailmarkt uiteindelijk volledig zal transformeren.[64] De door deze onderzoekers geënquêteerde retailprofessionals waarschuwen

62 De economische literatuur is overigens zeer kritisch tegenover regulering van de markttoegang voor 'big box stores'. Empirisch onderzoek in Frankrijk, Italië en het Verenigd Koninkrijk laat zien dat dergelijke regulatie onder andere leidt tot lagere totale productiviteit, hogere winstmarges voor zittende retailers en inefficiënt landgebruik (Bertrand & Kramarz, 2002; Schivardi and Viviano, 2011; Haskel and Sadun, 2012).

63 Zie https://kso2018.nl/resultaten/hoofdrapport/

64 Zie https://www.usp-mc.nl/nl/artikel/623/usp--rapport-atransformatie-retail-vastgoed-2018a-gepubliceerd/.

dat door de opkomst van e-commerce er geen toekomst is voor formules die gericht zijn op enkel prijs en product. Deze formules moeten getransformeerd worden naar concepten gericht op complementaire diensten in het kader van beleving en service. Zij zien ook een rol weggelegd voor vastgoedeigenaren om zeker te stellen dat de diversiteit in een winkelgebied gewaarborgd blijft.

Het beeld uit de gevoerde gesprekken komt tot op zekere hoogte overeen, maar is minder extreem dat het door USP geschetste beeld. Door e-commerce zullen zwakkere retailers die met name in fysieke winkels zitten het moeilijker krijgen, maar er zijn ook kansen voor retailers die e-commerce en de beschikbaarheid van een fysieke winkel weten te combineren in hun verdienmodel (omnichannel).

De gesprekspartners geven verder aan dat het uittreden van retailers uit de markt niet direct inhoudt dat de huurmarkt voor vastgoed wordt geraakt, aangezien er zeker op potentieel aantrekkelijke locaties nog vraag is naar winkelruimte van andere partijen, waaronder retailers die online en offline combineren of buitenlandse partijen. Hierbij wordt nadrukkelijk vermeld dat veel winkelgebieden in minder aantrekkelijke locaties op dit moment niet compact genoeg zijn, en dat het onttrekken van winkelruimte daar een oplossing is die ook wordt toegepast.

Teulings et al. (2017) benoemen ook het onttrekken van voorraad op minder aantrekkelijke locaties als een reële (beleids)optie. De verwachting is dat er locaties zijn waar de markt, weliswaar met vertraging, zelf in deze transformatie kan voorzien. Echter, in krimpgebieden waar de vraag naar alternatief gebruik van de grond ook daalt, zijn de transformatiemogelijkheden beperkt. Hier kan een grotere rol voor overheidsbeleid wenselijk zijn. Ossokina et al. (2016) noemen het gecoördineerd sluiten van complete winkelgebieden als een voorbeeld van zulk beleid.

Investeringen

Er zijn geen openbare data beschikbaar over investeringen in de bestaande vastgoedvoorraad. Uit de gesprekken komt naar voren dat deze investeringen vaak een knelpunt vormen om de oudere vastgoedvoorraad – met name winkelcentra uit de jaren zeventig van de vorige eeuw – courant te houden. Er is tussen huurders en verhuurders vaak discussie over wie voor welke investeringen verantwoordelijk is, en hoe de eventuele rendementen vanuit deze investeringen, bijvoorbeeld in duurzaamheid, verdeeld moeten worden. Met betrekking tot de concentratie van het eigendom geven de gesprekspartners aan dat in winkelgebieden, en met name winkelcentra, met één eigenaar het niveau van investeringen beter op peil is dan in vergelijkbare winkelcentra met gedeeld eigendom.[65] Het niet willen investeren door individuele ondernemers kan volgens de gesprekspartners een strategisch motief hebben, maar zij wijzen ook op de beperkte financiële mogelijkheden van sommige ondernemers. Bij gedeeld eigendom kan de keuze van één of enkele ondernemer(s) om niet te investeren er toe leiden dat de gehele investering voor het winkelcentrum niet doorgaat. De gesprekspartners signaleren dit als een probleem.[66]

---

65 Een groot aantal van deze winkelcentra uit de jaren zeventig kenmerkt zich ook door gedeeld eigenaarschap waardoor verhuurders ook onderling overeenstemming moeten bereiken.

66 Een instrument om bij gedeeld eigendom in een winkelgebied toch tot gezamenlijke investeringen in de kwaliteit van de omgeving te komen, is de zogenoemde bedrijveninvesteringszone (biz). Sinds 2015 is de biz een permanente wet. De biz-bijdrage is een bestemmingsbelasting die op verzoek van de ondernemers wordt geheven. Vanuit de opbrengst worden vervolgens activiteiten in de openbare ruimte van dit (winkel)gebied gerealiseerd. Amsterdam telt 66 biz-gebieden, Rotterdam telt er ongeveer 24.

5.2 Huurprijsontwikkelingen

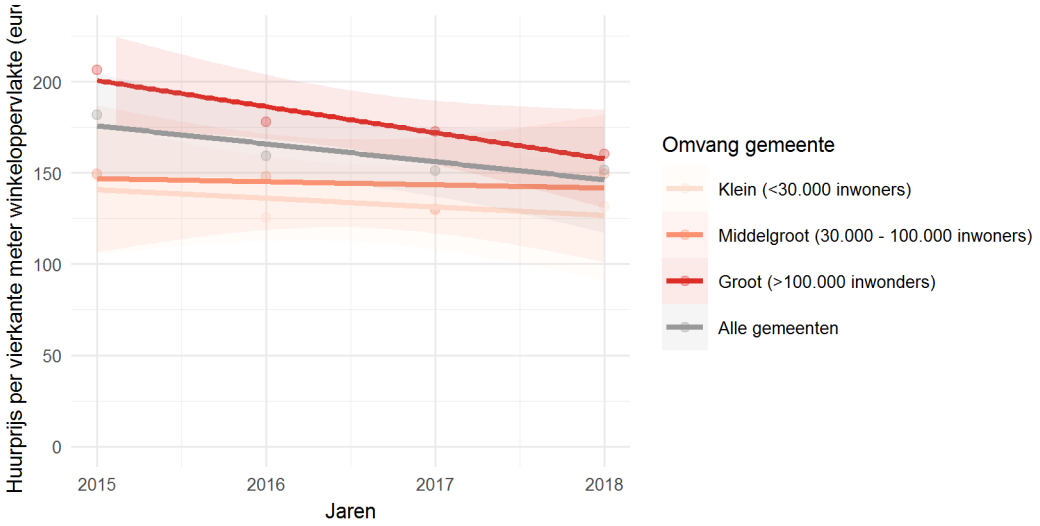
Zijn de uit de data verkregen huurprijzen representatief voor de daadwerkelijke kosten om de winkelruimte te huren en voor de waarde van het onderliggende vastgoed? Uit de gesprekken met betrokkenen volgt een duidelijke waarschuwing: een belangrijk kenmerk van deze vastgoedmarkt is dat informatie niet transparant en vaak onvolledig is. Dit heeft verschillende oorzaken. Ten eerste is het hebben van informatie van groot belang voor de onderhandelingspositie van diegenen die een huurovereenkomst willen aangaan. Het delen van informatie is daarmee dus niet altijd in het belang van de onderhandelende spelers. Ten tweede geldt dat de huurprijs niet de enige monetaire component hoeft te zijn in huurovereenkomsten. De gesprekspartners geven aan dat dit betekent dat de huurprijzen, zoals bijvoorbeeld opgenomen in Strabo, in veel gevallen niet een goed beeld geven van de daadwerkelijke huurkosten. Ten derde, en in het verlengde van het vorige punt, is het door een combinatie van onduidelijke definities en missende informatie, niet eenduidig te herleiden op welke hoeveelheid winkelvloeroppervlakte de gerapporteerde huurprijs daadwerkelijk betrekking heeft.

Het absolute niveau van de huurprijs is dus minder informatief. Verschillende onderzoeken naar de werking van deze markt signaleren dit probleem, wat in sommige gevallen ook leidt tot de keuze om alleen indexcijfers en/of de ontwikkeling in de huurprijzen te gebruiken (zie bijvoorbeeld ASRE, 2016). Onder de aanname dat de mate waarin de informatie onvolledig is niet systematisch verandert over de tijd, geeft de ontwikkeling van de huurprijs op basis van huurprijsaanpassingen wel een beeld van de ontwikkelingen in de markt. Onderstaande kijkt verder naar deze ontwikkeling over een periode van vier jaar.

De gemiddelde huurprijs voor een vierkante meter winkelvloeroppervlakte is tijdens de laatste vier jaar gedaald. In Figuur 5.5 is te zien dat de huurprijs per vierkante meter in 2018 gelijk is aan 152 euro, terwijl deze in 2015 nog op 182 euro per vierkante meter lag. Deze trend en de gemiddelde huurprijzen komen overeen met bevindingen uit de vakliteratuur. Zo rekende NVM Business in 2017 voor dat de gemiddelde huurprijs op ongeveer 150 euro per vierkante meter lag.[67] Deze huurprijs komt overeen met de berekeningen in dit onderzoek op basis van Strabo-data. In tegenstelling tot de berekeningen in dit onderzoek signaleert NVM Business een stijgende trend. Op basis van de Strabo-data is er in geen van de jaren een stijging in de gemiddelde huurprijs, wel lijkt de mate waarin het huurprijsniveau daalt vanaf 2016 af te nemen.

[67] Zie https://www.nvm.nl/actueel/nieuws/2018/commercieelvastgoed2017.

Figuur 5.5 Daling huurprijzen waarneembaar in kleine, middelgrote én grote steden (2015-2018)



Bron: Strabo (2018) & CBS Statline (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)
Noot: De punten en lijnen in de grafiek geven de gemiddelde huurprijzen (gewogen naar vierkante meters winkelvloeroppervlakte. De schaduwvlakken tonen de 95 procent betrouwbaarheidsintervallen.

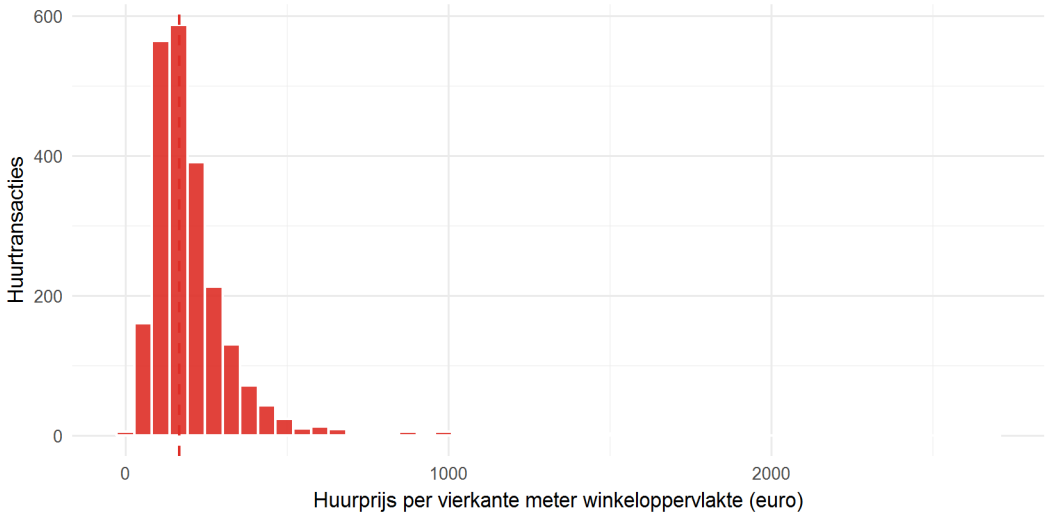
In grote gemeenten zijn de huurprijsniveaus het hoogst, hoewel de daling hier juist het sterkst lijkt. Dit laatste is niet intuïtief, gelet op de huidige hoogconjunctuur en het feit dat voor een aantal belangrijke ontwikkelingen in exogene factoren juist geldt dat deze voor grote gemeenten minder negatief doorwerken in de retail en daarmee in de markt voor retailvastgoed.[68] Hierbij geldt wel de kanttekening dat hierbij slechts gekeken is naar een selectie van de huurtransacties die binnen de Strabo-dataset bekend zijn. De grote betrouwbaarheidsintervallen laten daarnaast zien dat er behoorlijk wat onzekerheid is over de exacte huurprijsniveaus en daardoor ook in de getoonde tijdtrends.

Figuur 5.6 toont de verdeling van de huurprijzen over heel Nederland in de afgelopen vier jaar. De verdeling vertoont een piek bij de gemiddelde huurprijs van 165 euro per vierkante meter winkelvloeroppervlakte. Ook is er een aantal uitschieters naar huurprijzen van meer dan duizend euro per vierkante meter. Al deze uitschieters betreffen panden op toplocaties in de binnensteden van Amsterdam, Utrecht en Maastricht.

Figuur 5.7 splitst de huurprijsverdeling uit naar de omvang van gemeenten. De individuele verdelingen vertonen sterke gelijkenissen met de verdeling voor alle gemeenten in Figuur 5.6. Het belangrijkste verschil tussen de verschillende typen gemeenten is dat het aantal hoge huurprijzen (de uitschieters) toeneemt met de omvang van de gemeente. Dit is in lijn met de economische theorie, aangezien de aantrekkelijkheid van toplocaties binnen die gemeenten groter is, zijn retailers ook bereid om meer te betalen om op deze locatie een winkelruimte te huren.

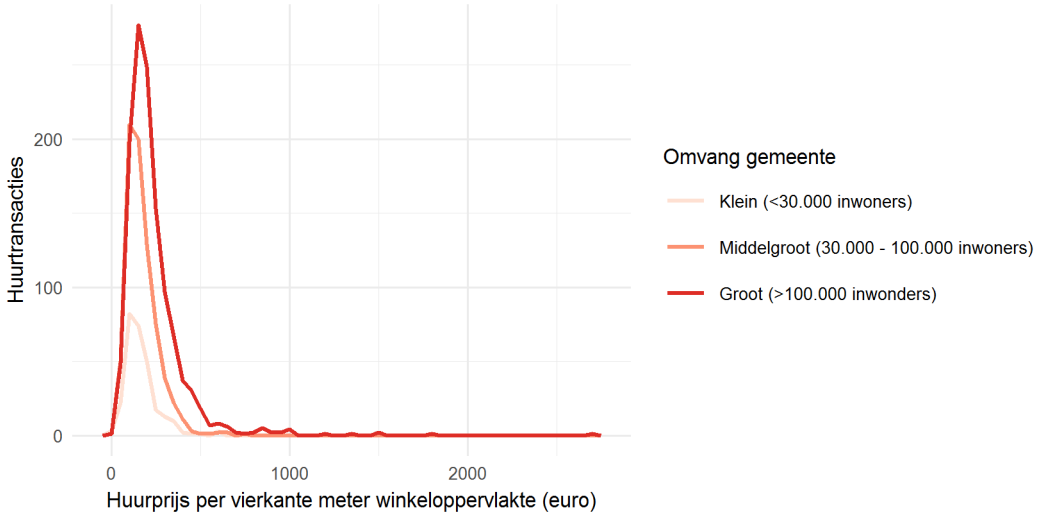
68 Dit geldt bijvoorbeeld voor de verstedelijking, welke logischerwijs juist zou moeten leiden tot een relatieve stijging van de huurprijzen in grote gemeenten. Een sterkere daling van de huurprijzen in grote steden is wel in lijn met de hypothese dat inwoners van grote steden eerder overgaan op online shopping (zie bijvoorbeeld Farag et al., 2006), maar het is niet aannemelijk dat dit negatieve effect op de vraag naar retail en dus winkelruimte in grote steden de effecten van andere exogene factoren teniet kan doen.

Figuur 5.6 Verdeling huurprijs piekt bij 165 euro per vierkante meter (2015-2018)



Bron: Strabo (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

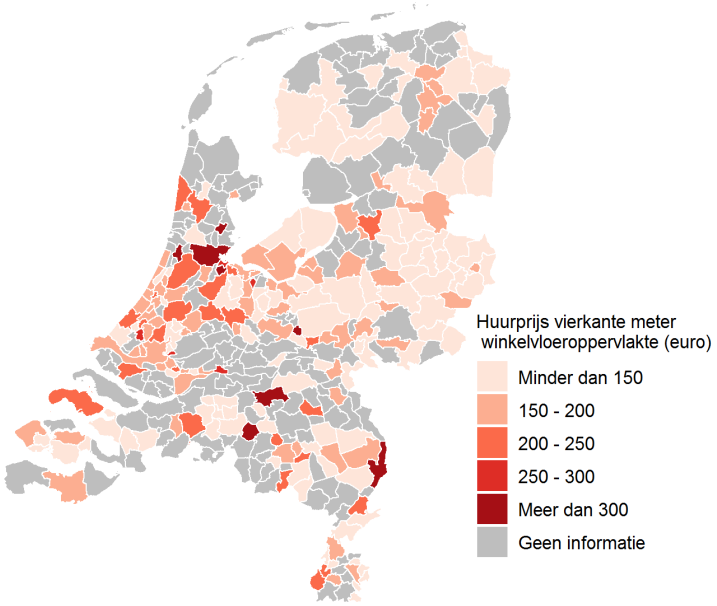
Figuur 5.7 Aantal (zeer) hoge huurprijzen neemt toe met de omvang van gemeente (2015-2018)



Bron: Strabo (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

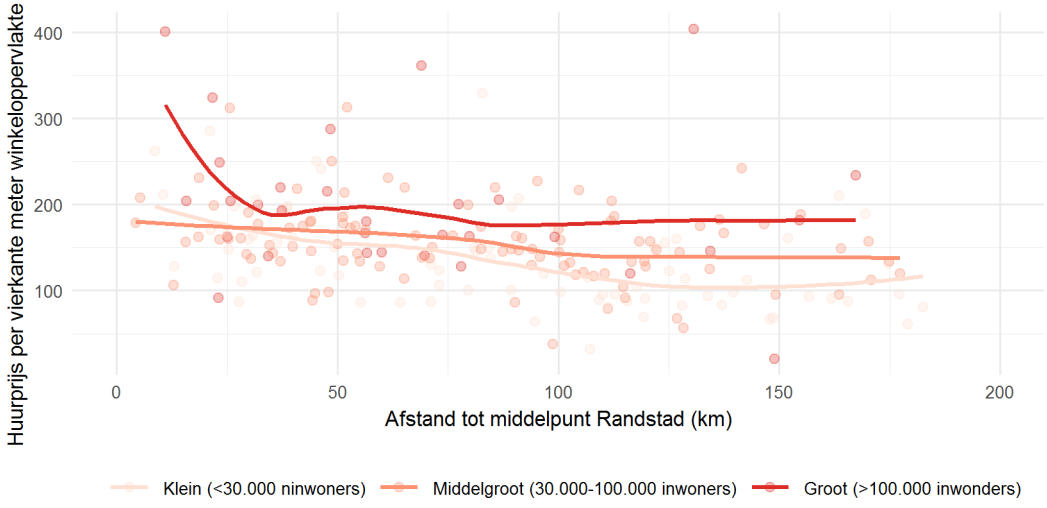
Tot slot geeft Figuur 5.8 de spreiding van retailhuurprijzen over Nederland weer. De kaart laat duidelijk zien dat de hoogste huurprijzen betaald worden in de Randstad en in een aantal grote steden daarbuiten zoals 's-Hertogenbosch, Tilburg, Venlo en Maastricht. Vooral in de noordoostelijke provincies Overijsel, Drenthe, Friesland en Groningen zijn de huurprijsniveaus relatief laag. Figuur 5.9 bevestigt dit patroon van hogere prijzen in grote gemeenten en in gemeenten die dichter bij het middelpunt van de Randstad gelegen zijn. Gegeven dat op deze plekken ook de grootste vraag naar winkelruimte is, volgt de ruimtelijke spreiding van huurprijzen dus het patroon dat vanuit de economische theorie te verwachten is.

Figuur 5.8 Huurprijzen hoger in Randstad en grote steden (2015-2018)



Bron: Strabo (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

Figuur 5.9 Huurprijzen nemen af in afstand tot de Randstad, vooral in grote steden (2015-2018)



Bron: Strabo (2018) & CBS Statline (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)
Noot: Voor deze analyse is de Randstad gedefinieerd als de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland, Utrecht en Flevoland. Het geografische middelpunt van de Randstad ligt in deze definitie vlak onder Amstelveen. Een andere definitie van de Randstad (zonder Flevoland) levert kwalitatief dezelfde patronen op.

5.3 Knelpunten vanuit analyse gedrag

- Nieuwbouw van winkelvloeroppervlakte lijkt niet plaats te vinden op die locaties waar de (duurzame) vraag naar retail en daarmee naar retailvastgoed het grootst is (Randstad). De meeste nieuwbouw vindt daarbij plaats buiten de bestaande winkelgebieden. Hoewel dit niet per definitie een probleem is, kan dergelijke nieuwbouw concurreren met bestaande winkelgebieden en in die gebieden leegstand veroorzaken of zelfs een uithollende werking hebben.

- Bezien over de ruimte, gedragen huurprijzen zich zoals men op basis van de economische theorie zou verwachten. Het prijsniveau is hoger op plekken waar de vraag naar retail het grootst is, zoals in de Randstad en in grote gemeenten.
- Bezien over de tijd, vertonen de huurprijzen een dalende trend. Deze dalende trend is het sterkst in grote gemeenten. Gegeven de huidige hoogconjunctuur en de verstedelijking zijn deze patronen niet intuïtief. Het is op basis van de beschikbare data niet vast te stellen of deze daling samenhangt met een dalende vraag naar winkelruimte of een manifestatie is van de vertraging van de huurprijsaanpassing.
- Een belangrijk kenmerk van de vastgoedmarkt voor winkelruimte is verder dat informatie over huurprijzen niet voor alle partijen volledig beschikbaar is. Hoewel dit volgens de gesprekspartners een mogelijk bewuste strategie van de betrokkenen kan zijn, kan onvolledige informatie leiden tot verkeerde (investerings)beslissingen en daardoor een knelpunt vormen in deze markt.

6 Prestaties van de retailhuurmarkt

Leegstand wordt ervaren als een probleem, maar een generiek acceptabel niveau van leegstand is moeilijk vast te stellen. De leegstandcijfers en rendementscijfers van vastgoedeigenaren wijzen niet op een slecht functionerende markt als geheel. Lokale verschillen zijn wel duidelijk waarneembaar.

6.1 Leegstand

Zoals in alle markten waar de capaciteit enkel op lange termijn aan te passen is, is niet-gebruikte capaciteit (in de vastgoedmarkt: leegstand), een graadmeter voor een mogelijke onbalans in de vraag naar en het aanbod van het product (in de vastgoedmarkt: winkelruimte). Hierbij geldt dat ceteris paribus een hogere leegstand kan wijzen op een grotere mismatch tussen vraag en aanbod.

Leegstand is niet enkel een abstract economisch begrip of een resultaat van marktwerking, maar juist ook een verschijnsel dat mensen in hun dagelijks leven ervaren. Uit de gesprekken met betrokkenen blijkt dat de zichtbaarheid een belangrijke reden is dat leegstand bijvoorbeeld een veel negatievere connotatie heeft dan niet-gebruikte capaciteit in een fabriek. Er is ook een fundamenteel verschil tussen leegstand in de vastgoedmarkt en niet-gebruikte capaciteit in een fabriek. Zoals besproken in hoofdstuk 2 zijn er aan leegstand kosten verbonden die niet door de eigenaar gevoeld worden. Deze zogenoemde externe effecten maken dat leegstand potentieel leidt tot een niet-efficiënte allocatie van middelen.

In Nederlandse winkelgebieden is de gewogen leegstand in retailverkooppunten gelijk aan 8,8 procent in 2018.[69] De gewogen leegstand in termen van de winkelvloeroppervlakte van de detailhandel in deze winkelgebieden is 8,6 procent. Door de focus op leegstand in winkelgebieden en het buiten beschouwing laten van winkelruimte en grootschalige concentraties buiten deze gebieden, verschillen deze percentages van de landelijke leegstandcijfers van Locatus (2019). Het meest recente winkelleegstandrapport van Locatus rapporteert een leegstandpercentage van 6,7 procent. De leegstand van winkelruimte buiten de door Locatus gedefinieerde winkelgebieden ligt dus aanzienlijk lager dan binnen de winkelgebieden. Locatus geeft als mogelijke verklaring dat op zichzelf staande winkelpanden eenvoudiger te transformeren zijn naar andere gebruiksdoelen.[70]

Gegevens van het Compendium voor de Leefomgeving (CLO) laten zien dat de winkelleegstand in Nederland vanaf 2004 tot 2016 opliep van zes tot tienprocent, waarna een daling inzette.[71] Dit komt min of meer overeen met gegevens van Locatus. Zij zagen tien jaar lang een stijgende lijn in de winkelleegstand tot ongeveer acht procent in 2015, maar rapporteerden in 2019 voor het vierde opeenvolgende jaar een daling tot 6,7 procent (Locatus, 2019). Ten opzichte van de laatste jaren is er op dit moment dus sprake van een gemiddelde tot lage winkelleegstand. Het CLO geeft wel aan dat voor het crisisjaar 2008 de leegstand structureel onder de zes procent lag.[72] Dat dit percentage

69 Het gewogen gemiddelde leegstaande verkooppunten voor enkel de detailhandel ligt bijna een procentpunt lager en bedraagt 8,1 procent.
70 Zie: https://locatus.com/blog/lost-afschaffen-verspreide-bewinkeling-de-leegstand-op/.
71 Zie: https://www.clo.nl/indicatoren/nl2151-leegstand-winkels
72 Idem.

in de huidige economische hoogconjunctuur nog niet gehaald is, suggereert dat de leegstand op lange termijn een stijgende trend vertoont. Er zijn geen historische gegevens beschikbaar over de leegstand in Nederlandse winkelgebieden. Wel is bekend dat ongeveer 12,7 procent van de verkooppunten in Belgische winkelgebieden leegstaat.[73] Deze cijfers suggereren dat de Nederlandse retailhuurmarkt relatief goed presteert ten opzichte van de Belgische markt.

Is leegstand een aanwijzing dat de huurmarkt voor retailvastgoed niet (goed) werkt? Het feit dat zowel de prijs als de voorraad van winkelruimte niet direct aanpasbaar is, betekent dat een zeker leegstandpercentage onderdeel kan zijn van een functionerende vastgoedmarkt. De vergelijking met de arbeidsmarkt is te maken. Een arbeidsmarkt waarin iedereen werkt en er geen werkeloosheid is, wordt vanuit economisch perspectief als een overspannen arbeidsmarkt beschouwd. Een zekere leegstand is nodig om nieuwe (huur)transacties tot stand te brengen en is inherent aan het cyclische karakter van de huurmarkt voor retailvastgoed.

Dit roept de vraag op tot welk niveau leegstand acceptabel en zelfs wenselijk is, en wanneer leegstand als een probleem wordt ervaren. Er is geen eenduidig antwoord op deze vraag in de vorm van een zeker leegstandpercentage dat geldt als een richtpunt voor de betrokkenen in deze markt. Locatus beschouwt een leegstandpercentage van vier tot vijf procent als een gezonde leegstand.[74] Zelfs als dit richtpunt er zou zijn, is het zeer waarschijnlijk dat dit richtpunt verschilt per type winkelgebied. Om leegstand toch als een indicator voor het functioneren van de markt te gebruiken, wordt er in de literatuur vaak onderscheid gemaakt tussen frictie, langdurige en structurele leegstand. Van frictie- of aanvangsleegstand wordt gesproken als panden maximaal een jaar leeg staan. Langdurige en structurele leegstand treedt op als panden respectievelijk tussen de één en drie jaar en langer dan drie achtereenvolgende jaren leegstaan (Locatus, 2019). Voor het tot stand brengen van (huur)transacties is het niet nodig dat panden dermate lang leegstaan. In de ideale markt benaderen de langdurige en structurele leegstandpercentages dan ook de nul procent.

Tabel 6.1 en Tabel 6.2 tonen de frictie-, langdurige en structurele leegstandpercentages in kleine, middelgrote en grote gemeenten. Tabel 6.1 toont de leegstandpercentages in retailverkooppunten en Tabel 6.2 laat de leegstand in winkelvloeroppervlakte van de detailhandel zien. Beide tabellen laten zien dat de leegstand gemiddeld het hoogst is in middelgrote gemeenten. Wat verder opvalt, is dat in grote gemeenten met name de langdurige en structurele leegstand relatief laag is.

Tabel 6.1 Langdurige en structurele leegstand zijn lager in grote gemeenten (2018)

	Leegstand retailverkooppunten		
	frictie (%)	**langdurig (%)**	**structureel (%)**
Kleine gemeenten (<30.000)	3,48%	3,07%	2,62%
Middelgrote gemeenten (30.000-100.000)	4,04%	3,77%	3,13%
Grote gemeenten (>100.000)	3,35%	2,22%	1,20%
Alle gemeenten	3,64%	2,97%	2,20%

Bron: Locatus (2018a) & CBS Statline (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

73 Zie: https://locatus.com/blog/ranglijst-leegstand-in-europese-steden-waar-is-de-leegstand-het-laagst/.
74 Idem.

Tabel 6.2 Leegstand winkelvloeroppervlakte hoogste in middelgrote gemeenten (2018)

	Leegstand winkelvloeroppervlakte detailhandel		
	frictie (%)	**langdurig (%)**	**structureel (%)**
Kleine gemeenten (<30.000)	2,68%	2,80%	2,91%
Middelgrote gemeenten (30.000-100.000)	3,10%	3,71%	3,50%
Grote gemeenten (>100.000)	2,83%	2,52%	1,53%
Alle gemeenten	2,91%	3,06%	2,61%

Bron: Locatus (2018a) & CBS Statline (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

De gemiddelde cijfers in Tabel 6.1 Tabel 6.2 verhullen dat er een aantal gemeenten is met een hoge structurele leegstand. Tabel 6.3 en Tabel 6.4 presenteren de top-10 in respectievelijk structureel leegstaande verkooppunten en winkelvloermeters. In een aantal gemeenten staat meer dan tien procent van de winkelvloeroppervlakte structureel leeg (Tabel 6.4). Door de winkelexternaliteiten bestaat het gevaar dat gemeenten met een dermate hoge structurele leegstand in een vicieuze cirkel geraken, waar de markt zonder ingrijpen moeilijk zelf uit kan komen.

Met name kleine en middelgrote regionale gemeenten zijn sterk vertegenwoordigd in de top-10 van gemeenten met een hoge structurele leegstand in verkooppunten. De top-10 van gemeenten met een hoge structurele leegstand in winkelvloeroppervlakte wordt grotendeels gevormd door kleine gemeenten. Dat de kleine gemeenten gemiddeld genomen alsnog beter presteren dan middelgrote gemeenten, komt doordat er ook een groot aantal kleine gemeenten is waar weinig tot geen structurele leegstand is.

Tabel 6.3 Regionale gemeenten koplopers in structurele leegstand verkooppunten (2018)

			Leegstand retailverkooppunten			
Gemeente	**Provincie**	**Omvang**	**totaal (%)**	**frictie (%)**	**langdurig (%)**	**structureel (%)**
Vaals	Limburg	klein	21,6%	1,4%	8,6%	11,5%
Oldenzaal	Overijssel	middel	21,0%	5,1%	6,1%	9,8%
Bergen (L.)	Limburg	klein	14,3%	0,0%	4,8%	9,5%
Waalre	Noord-Brabant	klein	15,8%	4,2%	2,1%	9,5%
Haaren	Noord-Brabant	klein	11,0%	1,6%	0,0%	9,4%
Heerlen	Limburg	middel	20,4%	5,4%	6,3%	8,8%
Kerkrade	Limburg	middel	19,3%	5,7%	5,0%	8,6%
Aa en Hunze	Drenthe	klein	15,2%	2,9%	3,8%	8,6%
Echt-Susteren	Limburg	middel	17,3%	3,8%	5,2%	8,5%
Halderberge	Noord-Brabant	klein	17,3%	3,7%	5,6%	7,9%

Bron: Locatus (2018a) & CBS Statline (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

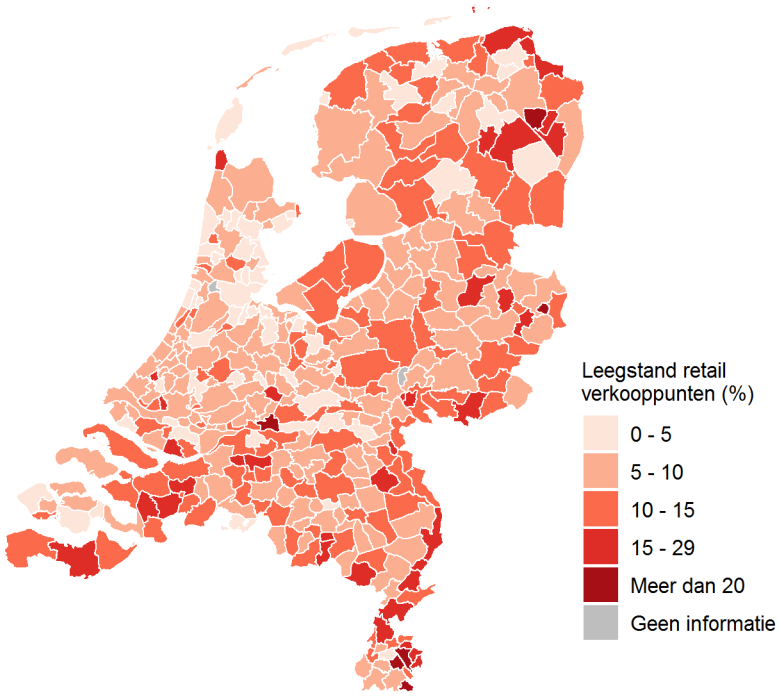
Tabel 6.4 Hoge structurele leegstand winkelvloeroppervlakte vooral in kleine gemeenten (2018)

			Leegstand winkelvloeroppervlakte detailhandel			
Gemeente	**Provincie**	**Omvang**	**totaal (%)**	**frictie (%)**	**langdurig (%)**	**structureel (%)**
Waalre	Noord-Brabant	klein	21,8%	4,8%	1,1%	15,9%
Nederweert	Limburg	klein	17,8%	2,3%	0,6%	14,9%
De Marne	Groningen	klein	18,5%	2,4%	2,8%	13,2%
Bergen (L.)	Limburg	klein	15,7%	0,0%	3,4%	12,3%
Oude IJsselstreek	Gelderland	middel	20,2%	3,1%	5,2%	11,9%
Vaals	Limburg	klein	17,9%	2,1%	4,2%	11,5%
Hellendoorn	Overijssel	middel	20,2%	3,3%	5,8%	11,1%
Tholen	Zeeland	klein	15,7%	1,5%	3,9%	10,2%
Waddinxveen	Zuid-Holland	klein	14,5%	3,4%	1,0%	10,1%
Maasdriel	Gelderland	klein	13,2%	3,1%	0,0%	10,1%

Bron: Locatus (2018a) & CBS Statline (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

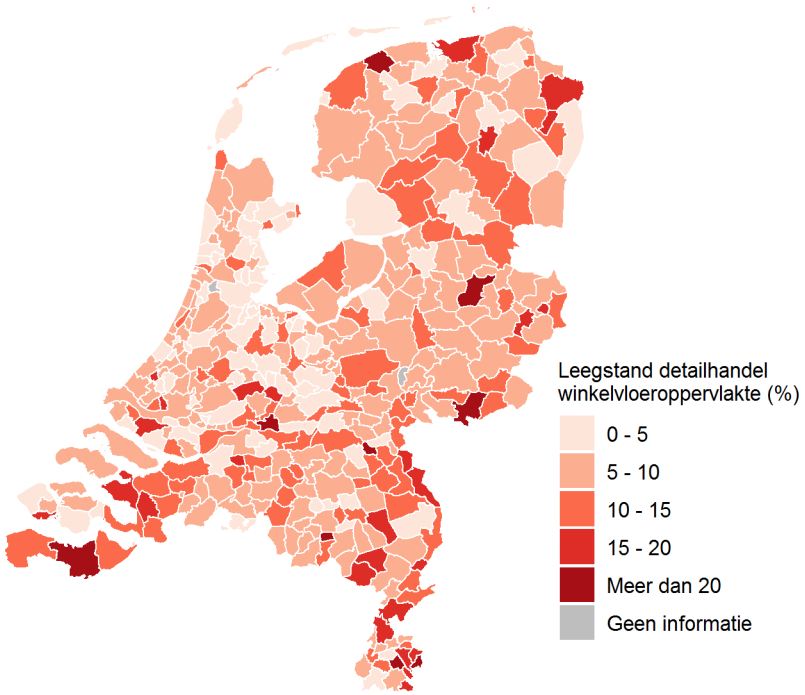
De spreiding van de leegstand over Nederland wordt verder zichtbaar gemaakt door middel van leegstandkaarten. Figuur 6.1 laat de leegstand zien in het percentage van de retailverkooppunten. Figuur 6.2 toont de leegstand in het percentage van het winkelvloeroppervlakte van de detailhandel. Uit beide kaarten blijkt dat de leegstand zich concentreert buiten de Randstad. Gegeven de trek naar de steden en het relatief hoge aantal vierkante meters per inwoner (zie paragraaf 4.1) is dit beeld niet verrassend. Ditzelfde ruimtelijke patroon van hogere leegstand aan de randen van een gebied, is door Teulings et al., (2017) ook gevonden in individuele winkelgebieden.

Figuur 6.1 Leegstand retailverkooppunten hoger buiten de Randstad (2018)



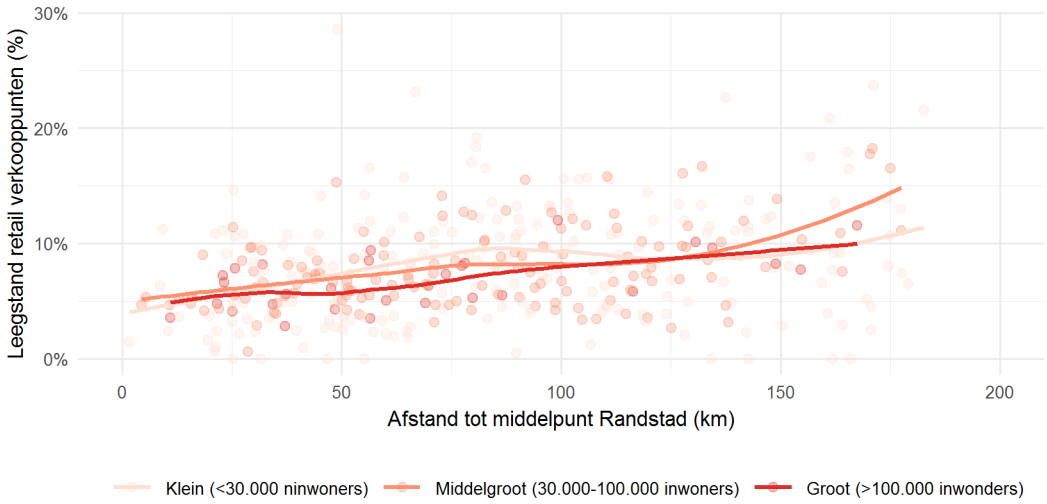
Bron: Locatus (2018a), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

Figuur 6.2 Leegstand winkelvloeroppervlakte detailhandel hoger buiten de Randstad (2018)



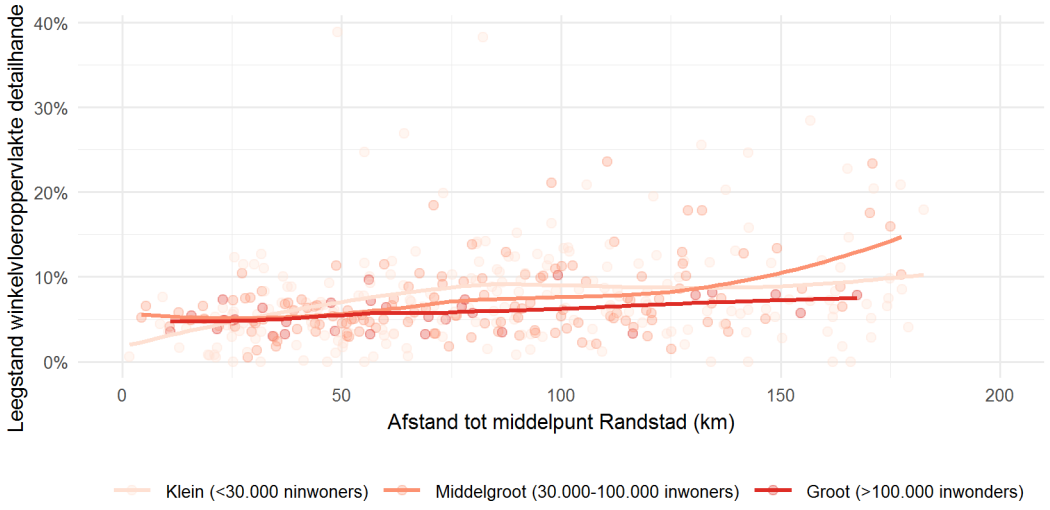
Bron: Locatus (2018a), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)

Figuur 6.3 Leegstand retailverkooppunten loopt op in afstand tot de Randstad



Bron: Locatus (2018a) & CBS Statline (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)
Noot: Voor deze analyse is de Randstad gedefinieerd als de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland, Utrecht en Flevoland. Het geografische middelpunt van de Randstad ligt in deze definitie vlak onder Amstelveen. Een andere definitie van de Randstad (zonder Flevoland) levert kwalitatief dezelfde patronen op.

Figuur 6.4 Leegstand winkelvloeroppervlakte detailhandel loopt op in afstand tot de Randstad



Bron: Locatus (2018a) & CBS Statline (2018), bewerking SEO Economisch Onderzoek (2019)
Noot: Voor deze analyse is de Randstad gedefinieerd als de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland, Utrecht en Flevoland. Het geografische middelpunt van de Randstad ligt in deze definitie vlak onder Amstelveen. Een andere definitie van de Randstad (zonder Flevoland) levert kwalitatief dezelfde patronen op.

Het ruimtelijke patroon van leegstand buiten de Randstad wordt bevestigd door de grafieken in Figuur 6.3 en Figuur 6.4, die de relatie tussen leegstand in respectievelijk retailverkooppunten en winkelvloeroppervlakte detailhandel en de afstand tot het (geografische) middelpunt van de Randstad laten zien. Hoewel alle typen gemeenten in de Randstad relatief dezelfde leegstandpercentages kennen, loopt het leegstandpercentage in met name middelgrote gemeenten sterk op in afstand tot de Randstad.

6.2 Winsten vastgoedeigenaren

Institutionele beleggers

Nationale en internationale institutionele beleggers beleggen ook in de Nederlandse markt voor winkelvastgoed. In 2017 behaalden zij een gemiddeld rendement van tussen de zes en zeven procent. Voor alle beleggers, dus niet alleen institutionele beleggers, geldt gemiddeld dat zij een rendement van zes procent op winkelvastgoed behalen.[75] Tabel 6.5 laat voor zes institutionele beleggers het behaalde rendement in 2017 en het verwachte rendement in 2018 zien.[76] Deze beleggers hebben op basis van een verwachte toename van consumentenvertrouwen en bestedingen een positief beeld voor 2018 en voorzien een stijging in hun rendement.

75 Zie http://www.stichtingroz.nl/wp-content/uploads/Factsheet-IPD-index-2017-by-Vastgoedindex.pdf.
76 Deze zes IVBN-leden hebben zowel hun retailvastgoed als hun behaalde retailrendementen gepubliceerd.

Tabel 6.5 Institutionele winkelvastgoedbeleggers verwachten een stijging in rendement (2017)

Institutionele belegger	Rendement 2017	Verwacht rendement 2018
ASR Dutch Prime Retail Fund	Onbekend	7,0-9,0 %
Altera Vastgoed	6,3 %	6,5-7,0 %
Achmea Dutch Retail Property Fund	6,0 %	Onbekend
Bouwinvest Dutch Institutioneel Retail Fund	5,6 %	Onbekend
Dela Vastgoed	6,7 %	6,5-7,5 %
Wereldhave	Onbekend	Onbekend
Gemiddelde (alle type beleggers winkelvastgoed)	**6,0 %**	**Onbekend**

Bron: Jaarverslagen betreffende beleggers

De jaarverslagen van deze institutionele beleggers rapporteren een hoge bezettingsgraad in 2017, zie Tabel 6.6. Deze bezettingsgraad is hoger dan het landelijk gemiddelde. Dit is te verklaren doordat alle vijf de fondsen vooral winkelruimte op A1 en A2–locaties in grotere steden in hun portefeuille hebben. De bezettingsgraad is de gespiegelde versie van leegstand. Het is daarom logisch dat het patroon, in gespiegelde vorm, het patroon van leegstand volgt. Ook op basis van de leegstandcijfers is het duidelijk dat leegstand niet of nauwelijks speelt in goede winkelgebieden in de grote steden.

Tabel 6.6 Institutionele beleggers hebben een hoge bezettingsgraad[77] (2017)

Institutionele belegger	Bezettingsgraad 2017
ASR Dutch Prime Retail Fund	98,1 %
Altera Vastgoed	95,0 %
Achmea Dutch Retail Property Fund	94,0 %
Dela Vastgoed	94,2 %
Wereldhave	96,5 %
Landelijk gemiddelde	**91,0 %**

Bron: Jaarverslagen betreffende beleggers

Lange termijn rendement

In vergelijking met andere typen beleggingen lijkt Nederlands commercieel vastgoed een relatief gunstige investering. Tabel 6.7 laat de rendementen zien van deze andere typen beleggingen en het bijbehorende risico. In de periode van 1995 tot en met 2014 was het gemiddelde jaarlijkse rendement van beleggingen in commercieel vastgoed 8,8 procent. Het risico op deze investering was 3,9 procent. Vergeleken met diverse andere beleggingsopties, waaronder de MSCI Nederland index, presteerde commercieel vastgoed goed. De rendement-risicoratio (het rendement gedeeld door het risico) impliceert dat commercieel vastgoed in de periode 1995-2014 een relatief gunstige investering was.

77 Het landelijk gemiddelde is gebaseerd op de cijfers van het PBL, zie https://www.pbl.nl/infographic/leegstand-van-winkels#gemnr=0&year=2017&type=winkels

Tabel 6.7 Gunstige rendement-risicoverhouding voor NL commercieel vastgoed[78] (2016)

Belegging	Rendement (%)	Risico (%)	Rendement-risico ratio
Liquidity Netherlands	2,7	1,2	2,2
Retail vastgoed (NL)	8,8	3,9	2,3
Bonds Netherlands	4,0	1,4	2,9
Stocks Netherlands	6,7	19,7	0,3
Listed real estate EU	6,8	20,7	0,3

Bron: ASR Real Estate (2016), bewerking SEO Economisch Onderzoek

6.3 Knelpunten vanuit analyse prestatie

- Om een beeld te krijgen van de mate waarin de markt goed werkt, kijkt dit onderzoek naar twee indicatoren voor marktprestatie: de leegstand (mismatch tussen vraag en aanbod) en het rendement voor beleggers op de Nederlandse retailvastgoedmarkt. De analyse van het rendement geeft geen indicatie voor een mogelijk knelpunt in algemene zin. Het rendement kan lokaal verschillen.
- Er is langdurige en structurele leegstand in Nederlandse winkelgebieden. In totaal staat ongeveer vijf procent van het winkelvastgoed langdurig of zelfs structureel leeg, gemeten in zowel winkelvloeroppervlakte als in het aantal verkooppunten. Dit impliceert dat vijf procent van het aanbod niet meer aansluit bij de vraag, en dat de markt niet in staat is om deze aanpassing binnen één tot drie (langdurig) of meer dan drie jaar (structureel) aan te passen. Bij gebrek aan coördinatie vormt leegstand een extern effect en daarmee een knelpunt.
- Zoals men op basis van de economische theorie ook zou verwachten, is leegstand hoger in economisch zwakkere gebieden (buiten de Randstad) en demografische krimpgebieden. Juist in deze gebieden zal het moeilijker zijn om via onttrekkingen, en dan met name transformatie naar woningen, het aanbod aan vastgoed te verminderen en zo leegstand te verlagen.

78 Alle beleggingscategorieën volgen uit ASR Real Estate (2016). Liquidity Netherlands is gebaseerd op de Nederlandse Bank 3-maandsrente (Euribor) 1995-2014. De Retail vastgoed (NL) is gebaseerd op de IPD-index (total return retail The Netherlands) 1995-2014. Bonds Netherlands is gebaseerd op Oxford Economics 10-year Government Bond Yield The Netherlands 1995-2014. Stocks Netherlands is gebaseerd op MSCI Shares Netherlands 1995-2014. Lister real estate EU is gebaseerd op FTSE EPRA / NAREIT European Union 1995-2005 and 2006-2014.

7 Conclusie

De huurmarkt voor vastgoed in de retailsector gedraagt zich gegeven haar specifieke kenmerken in lijn met de economische theorie. Leegstand wijst niet per definitie op een verstoring van de marktwerking. Wel zijn er aanwijzingen dat een aantal mechanismen de werking van de markt belemmeren of in ieder geval vertragen.

Hoe werkt de huurmarkt voor vastgoed in de retailsector?
Binnen de ongeveer 2.500 winkelgebieden in Nederland telt de voorraad aan winkelruimte voor de detailhandel meer dan twintig miljoen vierkante meter. Leegstand van winkelruimte is een belangrijke aanleiding voor de voortdurende discussie over de werking van de huurmarkt voor retailvastgoed.

Net als in andere economische markten komt de (huur)prijs tot stand daar waar vraag en aanbod elkaar vinden. Een leidend principe in deze markt is dat de huurprijs voor winkelruimte in verhouding moet staan tot de marge die de huurder kan behalen met deze winkelruimte. Een ander belangrijk kenmerk is dat het aanbod van vastgoed op korte termijn inelastisch is. Langetermijncontracten en de lange doorlooptijd van bouwprocessen zorgen ervoor dat aanpassingen plaats vinden met vertraging.

Daarnaast zijn er veel verschillende exogene factoren die de vraag naar en het aanbod van winkelruimte beïnvloeden. Voorbeelden zijn het wettelijke kader, ontwikkelingen in de kapitaalmarkt, demografische ontwikkelingen en veranderingen in consumentenvoorkeuren. In combinatie met de vertraagde aanpassing van het aanbod kan de dynamiek in de retailsector resulteren in een mismatch tussen vraag een aanbod.

Leegstand ontstaat als vraag en aanbod voor winkelruimte in een bepaalde locatie niet in evenwicht zijn. Vanuit economisch perspectief is leegstand daarmee een marktuitkomst en niet noodzakelijkerwijs een knelpunt. Een leegstaand pand genereert echter geen winkelpubliek en kan daarmee een negatieve invloed hebben op het hele winkelgebied. Op deze manier kan bestaande leegstand verdere leegstand veroorzaken. Met name in zwakkere regio's, waar weinig mogelijkheden tot transformatie zijn, kunnen winkelgebieden hierdoor in een negatieve spiraal raken.

Zijn er knelpunten die marktwerking in de weg staan?
Naast de kenmerken van de markt en de verschillende exogene factoren, worden in de analyse ook meerdere knelpunten geïdentificeerd die (een goede) marktwerking in de weg kunnen staan. Sommige kenmerken vormen zelf ook een knelpunt. De vertraging in de aanpassing van het aanbod is hier een voorbeeld van en wordt naast intrinsieke kenmerken van vastgoed ook verklaard door institutionele kenmerken.

Tabel 7.1 geeft een overzicht van zeven potentiële knelpunten. De tabel laat voor elk knelpunt zien op basis van welke bron – literatuur, data-analyse en gesprekken – het knelpunt is geïdentificeerd. Daarnaast geeft de tabel ook de mogelijke (economische) effecten van elk knelpunt weer.

Tabel 7.1 Zeven knelpunten in de huurmarkt voor retailvastgoed

		Bevestiging van knelpunt gevonden in?			
	Knelpunt	Literatuur	Data-analyse	Gesprekken	Mogelijk (economisch) effect
1	Winkelexternaliteiten	✓		✓	Suboptimale leegstand
2	Korte termijn inelastisch aanbod	✓	✓	✓	(Lokale) overschotten en tekorten aan winkelruimte
3	Huurprijsmechanisme	✓	✓	✓	Huurprijzen die structureel afwijken van de marktniveaus
4	(Beleids)concurrentie	✓			Overaanbod van winkelruimte
5	Huurbescherming		✓	✓	Toegangsbelemmering voor kleine huurders
6	Overstapkosten			✓	Onderhandelmacht verhuurder
7	Informatieasymmetrie	✓		✓	Suboptimale huurtransacties

Bron: SEO Economisch Onderzoek (2019)

Als gevolg van winkelexternaliteiten ontstaat meer leegstand (knelpunt 1). Daar waar leegstand wordt veroorzaakt door negatieve externe effecten vormt dit vanuit een economisch perspectief een knelpunt. De reden hiervoor is dat individuele eigenaren van vastgoed in hun beslissing niet mee nemen hoe hun aanbod andere eigenaren in hetzelfde gebied kan schaden. Hierdoor ontstaat er meer leegstand dan in een optimale markt het geval zou zijn.

De aanbodcurve van retailvastgoed is op korte termijn inelastisch (knelpunt 2). Dit knelpunt manifesteert zich op meerdere manieren. Overschot aan retailvastgoed in rurale gebieden kan niet zomaar verplaatst worden naar (Rand)stedelijke gebieden waar op dit moment een tekort aan winkelruimte heerst. Het onttrekken en bijbouwen van winkelpanden vergt tijd. Daarbij is het niet altijd mogelijk om (specifieke) winkelruimte bij te bouwen in gebieden waar dit gewenst is, bijvoorbeeld door het ruimtegebrek in binnensteden. In krimpgebieden met veel winkelleegstand zijn er juist weer weinig mogelijkheden tot transformatie van leegstaande winkelpanden naar andere doelfuncties.

Het mechanisme van huurprijsaanpassingen,, zoals vastgelegd in de huurwet leidt tot een demping in de prijsontwikkeling (knelpunt 3). Dit houdt in dat aangepaste huurprijzen structureel op- en neerwaarts kunnen afwijken van de marktniveaus en dat de mogelijkheid tot differentiatie in individuele huurprijzen wordt verminderd. Dit geldt voor alle winkelgebieden in Nederland. Door deze afwijking van de daadwerkelijke marktconforme waardering van vastgoed vinden investeringsbeslissingen mogelijk plaats op basis van niet-accurate marktinformatie (zie ook knelpunt 7).

Beleidsconcurrentie tussen gemeenten of regio's kan op regionaal niveau leiden tot een overaanbod van winkelruimte (knelpunt 4). Provincies onderkennen dit risico en hebben de afgelopen jaren hierin de regie genomen. Dit knelpunt geldt met name voor concurrentie tussen winkelgebieden.

De wettelijke bescherming van kleine huurders maakt het voor met name grote verhuurders minder attractief om huurovereenkomsten af te sluiten met kleine huurders (knelpunt 5). Aan de andere kant beoogt huurbescherming de positie van huurders ten opzichte van verhuurders te versterken en daarmee een duurzame bedrijfsvoering van huurders te faciliteren. Uit de data blijkt dat verhuurders naar verhouding weinig transacties afsluiten met kleine huurders waarvoor de bestaande wetgeving door gesprekspartners als één van de oorzaken wordt genoemd.

Verschillende gesprekspartners geven aan dat overstapkosten een knelpunt vormen (knelpunt 6). Het gaat hier dan om de kosten die een huurder zou moeten maken om zijn bedrijfsactiviteiten in een andere winkelruimte uit te kunnen oefenen, zoals verhuiskosten en noodzakelijke investeringen in een nieuw pand. De verhuurder heeft daardoor een sterkere onderhandelingspositie. Naast een verdelingseffect tussen huurder en verhuurder, leidt dit mogelijk ook tot minder en suboptimale huurtransacties.

Er is sprake van informatieasymmetrie tussen kleine en grote partijen in deze markt (knelpunt 7). Het gaat hier dan met name over informatie over huurprijzen. Dit kan tot gevolg hebben dat (kleine) huurders niet goed kunnen bepalen wat een marktconforme huurprijs is. De verschillende gesprekspartners geven aan dat deze informatie in de markt beschikbaar is, maar dat vooral voor kleine huurders het relatief kostbaar is om over deze informatie te beschikken. Deze onvolledige informatie kan resulteren in minder en suboptimale huurtransacties.

Aanknopingspunten voor verder onderzoek

Dit rapport geeft een beschrijving van de markt en signaleert mogelijke knelpunten. De uitkomsten bieden de volgende aanknopingspunten voor verder onderzoek:

- Op basis van de beschikbare data kan het huidige onderzoek geen uitsluitsel geven op de vraag of verhuurders en/of huurders een economische machtspositie hebben in huurmarkt voor retailvastgoed op het ruimtelijke niveau van winkelgebieden. Vanuit de economische theorie en literatuur is bekend dat zo'n positie van verhuurders in deze markt twee tegengestelde effecten heeft. Een economische machtspositie leidt aan de ene kant tot een minder efficiënte allocatie van middelen door een te hoge prijszetting van de betreffende verhuurder, aan de andere kant zal deze verhuurder winkelexternaliteiten internaliseren waardoor winkelgebieden juist beter gaan functioneren.
- De causale relatie tussen leegstand enerzijds en de rol van de overheid en beleidsmaatregelen anderzijds, zoals bijvoorbeeld het opstellen van een regionaal detailhandelsbeleid, is op basis van de voor dit onderzoek beschikbare data niet te identificeren. Inzicht in deze relatie kan de effectiviteit van gekozen beleid kwantificeren.
- De omvang van de knelpunten overstapkosten en informatieasymmetrie en de daadwerkelijke impact op de werking van de huurmarkt zijn op basis van de gehouden gesprekken en beschikbare informatie moeilijk in te schatten. Specifiek vervolgonderzoek zou zich kunnen richten op deze verborgen kosten van huurders.
- De markt voor retailvastgoed is zeer sterk locatie-gebonden. Een geografische- en productmarktafbakening is noodzakelijk om preciezere, kwantificeerbare uitspraken te kunnen doen over de marktwerking en de knelpunten.

Literatuur

Basker, E. (2005). Job creation or destruction? Labor market effects of Wal-Mart expansion. *The Review of Economics and Statistics*, 87(1), 174-183.

Basker, E. (2007). The causes and consequences of Wal-Mart's growth. *Journal of Economic Perspectives*, 21(3), 177-198.

Benjamin, J.D., Boyle, G.W. & Sirmans, C.F. (1992). Price discrimination in shopping center leases. *Journal of Urban Economics*, 32, 299-317.

Buitelaar, E., Sorel, N., Verwest, F., Van Dongen, F. & Bregman, A. (2013). Gebiedsontwikkeling en commerciële vastgoedmarkten: een institutionele analyse van het (over)aanbod van winkels en kantoren, Den Haag/Amsterdam: Planbureau voor de Leefomgeving/Amsterdam School of Real Estate.

Brueckner, J.K. (1993). Inter-store externalities and space allocation in shopping centers. *The Journal of Real Estate Finance and Economics*, 7(1), 5-16.

Buitelaar, E., Levkovich, O. & Rouwendal, J. (2016). Naar een prijsindex voor commercieel vastgoed: een verkenning van de mogelijkheden, ASRE Research Papers, Amsterdam: Amsterdam School of Real Estate.

DiPasquale, D. & Wheaton, W.C. (1996). Urban economics and real estate markets, New Jersey: Prentice Hall.

Farag, S., Weltevreden, J., Van Rietbergen, T. & Dijst, M. (2006). E-shopping in the Netherlands: does geography matter? *Environment and Planning B: Planning and Design*, 33, 59-74.

Gould, E.D., Pashigian, B.P. & Prendergast, C.J. (2005). Contracts, externalities, and incentives in shopping malls. *The Review of Economics and Statistics,* 87(3), 411-422.

Maarel, P.K. van der & Eeken, N. (2006). Evaluatie van artikel 7:304 BW in de praktijk. *Tijdschrift voor Huurrecht*, (4), 108-115.

Maat, K. & Konings, R.. (2018). Accessibility or innovation? Store shopping trips versus online shopping. *Transportation Research Record*, 2672(50), 1-10.

Oates, W.E. (1972). Fiscal Federalism. Harcourt Brace Jovanovich. Inc, USA.

Ossokina, I.V., Svitak, J., Teulings, C. N. & Zwaneveld, P. (2016). Winkelleegstand na de crisis: De vastgoedmarkt reageert marktconform. Overheidsingrijpen is soms nodig. CPB Policy Brief; (4). Den Haag: Centraal Planbureau.

Pashigan, B.P. & Gould, E.D. (1998). Internalizing externalities: the pricing of space in shopping malls. *Journal of Law and Economics*, vol. XLI, 115-142.

Pasidis, I., Koster, H.R.A. & Van Ommeren, J. (2019). Shopping externalities and retail concentration: Evidence from Dutch shoppig streets, *working paper*.

Reuder, B.M.M. & Amiel, N. (2015). Huur(recht) en mededinging(srecht). *Tijdschrift voor Huurrecht Bedrijfsruimte*, (3), 151-154.

Sadun, R. (2015). Does planning regulation protect independent retailers? *The Review of Economics and Statistics*, 97(5), 983-1001.

Sanchez-Vidal, M. (2016). Small shops for sale! The effects of big-box openings on grocery stores, Working Papers 2016/12, Institut d'Economia de Barcelona.

Scherer, F.M. & Ross, D. (1990). Industrial market structure and economic performance, Boston: Houghton Mifflin Co.

Schiff, N. (2014). Cities and product variety: evidence from restaurants. *Journal of Economic Geography*, *15*(6), 1085-1123.

Schmalensee, R. (1977). Using the H-index of concentration with published data. *The Review of Economics and Statistics*, 186-193.

Sinai, T. & Waldfogel, J. (2004). Geography and the Internet: is the Internet a substitute or a complement for cities? *Journal of Urban Economics*, 56, 1-24.

Sobel, R.S. & Dean, A.M. (2008). Has Wal-Mart buried mom and pop? The impact of Wal-Mart on self-employment and small establishments in the United States. *Economic Inquiry*, 46(4), 676-695.

Smith, H. & Hay, D. (2005). Streets, malls, and supermarkets. *Journal of Economics & Management Strategy*, *14*(1), 29-59.

Sosnick, S.H. (1958). A critique of concepts of workable competition. *The Quarterly Journal of Economics*, *72*(3), 380-423.

Tempelman, C., Koopmans, C., Marlet. G. & Zwart, R. (2015). Opties voor verdere decentralisatie naar gemeenten, SEO-discussie paper, 82, Amsterdam: SEO Economisch Onderzoek.

Teulings, C.N., Ossokina, I.V. & Svitak J. (2017). The urban economics of retail, CPB Discussion Paper 352, Den Haag: Centraal Planbureau.

Tiebout, C.M. (1956). A pure theory of local expenditures. *Journal of Political Economy*, 64(5), 416-424.

Ushchev, P., Sloev, I. & Thisse, J.F. (2015). Do we go shopping downtown or in the 'burbs? *Journal of Urban Economics*, 85, 1-15.

Zuidema, M. & van Geene, M. (2018). Haalbaarheidsonderzoek informatiesysteem winkelhuren. Apeldoorn: Kadaster.

Overige bronnen

CBS (2018). Wijk- en buurtkaart 2018. https://www.cbs.nl/nl-nl/dossier/nederland-regionaal/geografische%20data/wijk-en-buurtkaart-2018

CBS, Stoeldraijer, L., Duin, C. Van, Huisman, C. (2017). Bevolkingsprognose 2017-2060: 18,4 miljoen inwoners in 2060.

Locatus, (2018a). Verkooppunt Verkenner. https://locatus.com/applicatie/verkooppunt-verkenner/.
Locatus, (2018b). Top-200 winkelformules Nederland 2018.
Locatus, (2018c). Beschrijving verzorgingsgebieden Verkenner Nederland.
Locatus, (2019). Winkelleegstand 2019.
Strabo, (2018). Vastgoed Transactie Informatie Systeem (VTIS). https://strabo.nl/databases
Vastgoeddata, (2018). Vastgoeddata. https://www.vastgoeddata.nl/

Bijlage A Verantwoording SGP-model

Het Structuur-Gedrag-Prestatie-model als analytisch kader

Voor het analyseren van de werking van de huurmarkt voor de retailsector is het Structuur-Gedrag-Prestatie-model (SGP) gebruikt. Dit model is in het midden van de vorige eeuw door Harvard-economen ontwikkeld als middel om zicht te krijgen in de krachten achter de werking van markten.

Het model veronderstelt een verband tussen de structuur van de markt, het gedrag van de marktpartijen en het resultaat in de markt (zie Figuur A.1). Sinds publicatie neemt het model een belangrijke plaats in binnen de industriële organisatie literatuur, is het veelvuldig empirisch getoetst en heeft het een enorme impact gehad op het mededingingsbeleid in zowel de VS als Europa.[79]

Figuur A.1 Structuur, gedrag en prestatie van de retaihuurmarkt



Bron: SEO Economisch Onderzoek

Het SGP-model omvat een drietal elementen, die hieronder kort zijn toegelicht. Voor elke component is een aantal indicatoren in kaart gebracht aan de hand van de (wetenschappelijke) literatuur en verschillende databronnen.

Structuur

De structuur van een markt verwijst naar een set van condities en karakteristieken die de soort markt beschrijven en definiëren. Voor de structuur van de markt zijn ten eerste de kenmerken en de aard van het product van belang. In deze analyse is dit de verhuur van winkelruimte voor de

[79] Zie onder andere Sosnick (1958) en Scherer, en Ross (1990).

retailsector. Daarnaast is het juridisch kader van belang voor de structuur van de markt. Ten slotte zijn de (kenmerken van de) afnemers en de aanbieders van belang. Hierbij gaat het om het aantal en soort retailers en het aantal en soort vastgoedeigenaren en hun omvang. Toegevoegd aan het model, specifiek voor dit onderzoek, zijn de externe factoren zoals de verschuiving naar online winkelen, de structurele lage rente, de economische hoogconjunctuur en demografische ontwikkelingen zoals verstedelijking en vergrijzing in sommige gebieden. Dit wordt bij de structuur van de markt besproken aangezien het van invloed is op het gedrag en de uiteindelijke prestaties.

Gedrag

De structuur in een markt beïnvloedt het gedrag van de marktpartijen. In dit geval de verhuurders en huurders. Zo kan de structuur in de markt invloed hebben op de huurprijsontwikkeling. Dit heeft op haar beurt weer gevolgen voor prestaties in de markt zoals winst en leegstand.

Prestaties

Prestaties in een markt verwijzen naar de economische uitkomsten die het resultaat zijn van de markt en het gedrag van de marktpartijen. Een belangrijk resultaatkenmerk voor marktpartijen is de leegstand.

Bijlage B Gebruikte databronnen

De in dit onderzoek gepresenteerde kwantitatieve gegevens zijn gebaseerd op de volgende datasets:

- Winkelgebiedendata (Locatus, 2018a)
- Vastgoedtransactiedata (Strabo, 2018)
- Nieuwbouwdata (Vastgoeddata, 2018)
- Vastgoedeigenarendata (IVBN websites & jaarslagen)
- Gemeentedata (CBS Statline, 2018)

De belangrijkste dataset is de winkelgebiedendata van Locatus (2018a). Deze dataset bevat het aantal retailverkooppunten en de winkelvloeroppervlakte van de detailhandel van alle winkelgebieden in Nederland. Naast het aantal retailverkooppunten en de winkelvloeroppervlakte van de detailhandel, wordt de verdeling van de verkooppunten en het winkelvloeroppervlakte over verschillende retailbranches gegeven. Van elk winkelgebied is tevens bekend welke pc5-gebieden binnen het winkelgebied vallen.

De vastgoedtransactiedata van Strabo bevatten op transactieniveau gegevens over eigenaren van winkelpanden, de huurder/koper, winkelvloeroppervlakte en de huurprijs (Strabo, 2018). De grootste beperking van deze dataset is dat er enkel gegevens bekend zijn over panden waar een (huur)transactie heeft plaatsgevonden.[80] Om een actueel beeld te geven van de werking van de huurmarkt, is gebruikgemaakt van alle bekende huurtransacties vanaf 2015. Naast het ontbreken van volledige dekking zijn er binnen de belangrijkste variabelen veel missende waarden (bv. voor 38 procent van de huurtransacties is de huurprijs onbekend).

Gegevens over nieuwbouw van winkelvastgoed is onttrokken uit Vastgoeddata (2018). Vastgoeddata bevat informatie over al het commercieel vastgoed in Nederland. Op basis van de gegevens over het bouwjaar van winkelpanden is een dataset met nieuwbouw winkelvastgoed in Nederland verzameld. Hiervoor zijn alle commerciële vastgoedpanden met een winkelfunctie en een bouwjaar vanaf 2015 geselecteerd. Sommige panden hebben meerdere gebruiksdoelen (bv. zowel winkel- als woonfunctie). Omdat op basis van de gegevens van Vastgoeddata niet vast te stellen is hoe de vloeroppervlakte van een pand verdeeld is over de gebruiksfuncties, bevatten de nieuwbouwdata in dit onderzoek enkel panden die uitsluitend een winkelfunctie hebben. De data geven dus een onderschatting van de daadwerkelijke winkelnieuwbouw.

Op basis van jaarverslagen, websites en een directe informatie-uitvraag zijn de gegevens verzameld over het winkelvastgoed van de leden van Institutionele Beleggers in Vastgoed Nederland (IVBN). De IVBN behartigt de belangen van 28 institutionele beleggers in de retailmarkt in Nederland. Gezamenlijk bezitten zij circa 4,5 miljoen vierkante meter winkelvloeroppervlakte. Uitgaande van 28 miljoen vierkante meter winkelvloeroppervlakte in Nederland, bezitten de IVBN-leden circa 25 procent van de totale voorraad winkelvloeroppervlakte in Nederland.[81] Voor 14 van de 28 IVBN-

[80] Niet alle (huur)transacties worden bekendgemaakt. Volgens eigen inschattingen van Strabo bevatten de vastgoedtransactiedata ongeveer vijf tot acht procent van alle (huur)transacties in het Nederlandse winkellandschap.

[81] Zie: https://www.ivbn.nl/winkels.

leden is informatie beschikbaar over de locatie en het aantal vierkanten meters van winkelobjecten in de vastgoedportefeuille. Van de overige 14 leden, zijn er zeven leden die (bijna) geen winkels in de portefeuille hebben, van de andere zeven leden is geen informatie over het retailvastgoedbezit beschikbaar. Aan de ene kant bieden deze data dus een onderschatting van de vastgoedconcentratie in de Nederlandse retailvastgoedmarkt. Aan de andere kant is het niet bekend of objecten in de vastgoedportefeuille meerdere gebruiksdoelen hebben. In die zin is het vastgoedbezit van IVBN-leden dus juist een overschatting van het daadwerkelijke retailvastgoedbezit dat deze leden in de portefeuille hebben.

Tot slot, is gebruikgemaakt van gegevens van CBS Statline, waaronder de Wijk- en Buurtkaart 2018 (CBS, 2018). Deze data bevatten onder andere een kaart met de gemeentegrenzen van 2018 en verscheidene kengetallen op gemeenteniveau (bv. inwoneraantal).

Reikwijdte van de datasets

Voor het interpreteren van de datasets zijn twee dimensies van cruciaal belang. Ten eerste het onderscheid tussen retail en detailhandel. Ten tweede het onderscheid tussen winkels in winkelgebieden en winkels buiten winkelgebieden (verspreide bewinkeling).

Onder retail vallen in dit onderzoek alle bedrijven die goederen en diensten direct aan consumenten verkopen.[82] Hierin zijn drie categorieën te onderscheiden: de detailhandel (winkels die fysieke goederen leveren zoals kledingzaken en supermarkten), horeca (eet- en drinkgelegenheden zoals restaurants en cafés) en overige retailers (particuliere dienstverleners zoals kappers en lokale bankkantoren).

Onder winkelgebieden vallen in dit onderzoek alle gebieden die door Locatus gedefinieerd zijn als winkelgebied. Volgens de definitie van Locatus is een locatie een winkelgebied als er minimaal vijf verkooppunten in de detailhandel zijn geconcentreerd of indien er een supermarkt is met minimaal vijfhonderd vierkante meter vloeroppervlak (Locatus, 2018c). Verspreide bewinkeling en een aantal speciale winkelgebieden waaronder stationspleinen en winkelcentra op luchthavens vallen buiten deze definitie. Tevens is het type winkelgebied 'grootschalige concentraties' (bv. meubelboulevards) bij veel analyses buiten beschouwing gelaten, omdat dit type winkelgebied zich moeilijk laat vergelijken met de andere winkelgebieden.

Tabel B. 1 laat voor elke dataset zien of de data gaan over de gehele retail of enkel over de detailhandel en of de data enkel gaan over panden binnen winkelgebieden of over panden binnen én buiten winkelgebieden.

De winkelgebiedendata vormen de basis voor veel analyses. Eén van de belangrijkste variabelen in deze dataset (het winkelvloeroppervlakte) wordt enkel gemeten voor de detailhandel. Daarnaast bevat deze dataset enkel informatie over panden binnen winkelgebieden. De andere databronnen bevatten gegevens over de gehele retail en maken geen onderscheid tussen panden binnen en buiten winkelgebieden Om zinnige kruisverbanden tussen gegevens uit de winkelgebiedendata en de andere databronnen te leggen, zijn er twee belangrijke koppelslagen gemaakt.

[82] In het kader van dit onderzoek zijn enkel de retailers die een (winkel)pand betrekken van belang.

Tabel B. 1 Databronnen: retail vs. detailhandel en binnen vs. buiten winkelgebied

Dataset	Bron	Retail vs. detailhandel	Binnen vs. buiten winkelgebieden
Winkelgebiedendata	Locatus (2018a)	Verkooppunten: retail Winkelvloeroppervlakte: detailhandel	Binnen winkelgebieden
Vastgoedtransactiedata	Strabo (2018)	Retail	Binnen en buiten winkelgebieden
Nieuwbouwdata	Vastgoeddata (2018)	Retail	Binnen en buiten winkelgebieden
Vastgoedeigenarendata	IVBN websites en jaarverslagen	Retail	Binnen en buiten winkelgebieden

Ten eerste zijn de vastgoedtransacties, nieuwbouwpanden en het IVBN-vastgoedbezit uit de Strabo-data, Vastgoeddata en IVBN–data gefilterd, zodat enkel de transacties, panden en het vastgoedbezit binnen de winkelgebieden overblijven. Dit is gedaan door deze datasets te filteren op de 5-cijferige postcodegebieden die binnen de door Locatus definieerde winkelgebieden vallen.

Ten tweede is gecorrigeerd voor het aantal vierkante meters nieuwbouw en IVBN-vastgoedbezit voor het feit dat deze vierkante meters gebruikt kunnen worden door detailhandel, horeca en/of particuliere dienstverleners. Vastgoeddata rapporteert voor deze vierkante meters nieuwbouw niet systematisch welk van de segmenten intrek neemt in de nieuwe panden. Dit is ook het geval voor de panden in de vastgoedportefeuilles van de IVBN-leden. Om het aantal vierkante meters nieuwbouw/IVBN te kunnen relateren aan de bestaande vierkante meters winkelvloeroppervlakte voor de detailhandel in de winkelgebiedendataset (Locatus, 2018), is het noodzakelijk om de vierkante meters nieuwbouw/IVBN te verminderen met het aantal vierkante meters dat bestemd is voor horeca en particuliere dienstverleners. Hiervoor is dezelfde rekenfactor gehanteerd als Locatus, namelijk een 1:1-verdeling van de vierkante meters nieuwbouw over de detailhandel en overige retailers (Locatus, 2018c).

Bovenstaande correctie is alleen mogelijk voor informatie over het aantal vierkante meters en/of panden en niet voor andere vastgoedgegevens zoals prijsniveaus. Om deze reden blijven de gegevens in de vastgoedtransactiedata van toepassing op de gehele retail.

Winkelgebiedtyperingen Locatus

In dit rapport wordt veelvuldig gebruikgemaakt van de winkelgebiedtyperingen van Locatus (2018c), zie Tabel B. 2.

Tabel B. 2 Winkelgebiedtypering Locatus

Type winkelgebied	Aantal winkels	Beschrijving
Centrale winkelgebieden		
Binnenstad	Meer dan 400 winkels	In feite gaat het hier om de top-17 winkelgebieden van Nederland, waarvan de binnensteden van Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht, Groningen en Maastricht een onderdeel vormen.
Hoofdwinkelgebied groot	200 – 400 winkels	Een hoofdwinkelcentrum is het grootste winkelgebied in de woonplaats. Het aantal verkooppunten in de detailhandel bedraagt 200 tot 400 winkels. Voorbeelden zijn Bussum-centrum of Delft-centrum.
Hoofdwinkelgebied klein	100 – 200 winkels	Een hoofdwinkelcentrum is het grootste winkelgebied in de woonplaats. Het aantal verkooppunten in de detailhandel bedraagt 100 tot 200 winkels. Voorbeelden zijn Franeker-centrum of Putten-centrum.
Kernverzorgend centrum groot	50 – 100 winkels	Een groot kernverzorgend centrum is het grootste winkelgebied in een woonplaats. Het gaat hier om centra met minder dan 100, maar meer dan 50 winkels in de detailhandel.
Kernverzorgend centrum klein	5 – 50 winkels	Een klein kernverzorgend centrum is het grootste winkelgebied in een woonplaats. In dit geval gaat het om centra met maximaal 50 verkooppunten in de detailhandel.
Kernverzorgend supermarktcentrum	3 – 4 winkels	Dit is een winkelconcentratie die het grootste winkelgebied in een woonplaats is en 3 of 4 winkels heeft waaronder in elk geval één supermarkt van 500 m² wvo of meer.
Ondersteunende winkelgebieden		
Stadsdeelcentrum	Meer dan 50 winkels	Een stadsdeelcentrum is altijd een aanvulling op een binnenstad of een hoofdwinkelcentrum. Bovendien is hier het merendeel van het centrum planmatig ontwikkeld. Voorbeelden van stadsdeelcentra zijn Amsterdam-Osdorpplein of Nijmegen-Dukenburg.
Binnenstedelijke winkelstraat	Meer dan 50 winkels	Ook hier gaat het om ondersteunende winkelgebieden van meer dan 50 winkels maar in tegenstelling tot de stadsdeelcentra zijn deze winkelgebieden niet planmatig ontwikkeld, maar de winkelstraten in grote steden. Voorbeelden zijn de Steenstraat in Arnhem, de Amsterdamsestraatweg in Utrecht en de Overtoom in Amsterdam.
Wijkcentrum groot	25 – 50 winkels	Een groot wijkcentrum bestaat naast een binnenstad of een hoofdwinkelcentrum en heeft minder winkels dan een stadsdeelcentrum.
Wijkcentrum klein	Minder dan 25 winkels	Deze centra hebben een specifiek ondersteunende functie. Tot een klein wijkcentrum worden enerzijds winkelconcentraties gerekend met 5 tot 10 winkels en 2 of meer supermarkten. Anderzijds worden hiertoe winkelgebieden met 10 tot 25 winkels in de detailhandel gerekend.
Buurtcentrum	5 – 9 winkels	Dit is een winkelconcentratie met minimaal 5 winkels en maximaal 9 winkels in de detailhandel. Daarnaast is er één of geen supermarkt in dit type winkelgebied aanwezig.
Supermarktcentrum	3 – 4 winkels	Dit is een winkelconcentratie met 3 of 4 winkels waaronder in elk geval één supermarkt van 500 m² wvo of meer.
Overige winkelgebieden		
Grootschalige concentratie	Meer dan 5 winkels	Concentratie van 5 of meer verkooppunten in de detailhandel met een gemiddeld winkelverkoopvloeroppervlak per winkel van minimaal 500 m^2. Het aanbod moet minimaal voor 50 procent doelgericht zijn. Dit betekent dat minimaal de helft van het winkelverkoopvloeroppervlak van het betreffende winkelgebied zich richt op de branches "dier en plant", "bruin- en witgoed", "fietsen- en autoaccessoires", "doe-het-zelf" of "wonen".

Bron: Locatus (2018c)

Bijlage C Gesprekpartners

Wij danken de gesprekspartners en leden van de begeleidingscommissie voor hun inspanning gedurende het onderzoekstraject. De begeleidingscommissie is vanaf oktober 2018 vier maal bijeen gekomen. De inzichten, het commentaar en de aanbevelingen op de tussenrapportages vanuit de begeleidingscommissie zijn naar het eigen beoordelingsvermogen van de onderzoekers verwerkt in het rapport. De leden van de begeleidingscommissie zijn niet verantwoordelijk voor de gemaakte keuzes en de inhoud van dit rapport. De gesprekspartners en leden van de expertgroep zijn hieronder in twee tabellen weergegeven.

Tabel C.1 Gesprekpartners

Organisatie	Naam
A.S. Watson	Rob Zeedijk
Coltavast BV	Sharim Elzas
Houthoff	Nathalie Amiel
Kadaster	Matthieu Zuidema
Pact Retail	Bart Mols
Planbureau voor de Leefomgeving	Edwin Buitelaar

Tabel C.2 Begeleidingscommissie

Organisatie	Naam
A.J. Real Estate B.V.	Maarten van Lit
Autoriteit Consument & Markt (ACM)	Jarig van Sinderen
Tilburg University	Michiel Bijlsma[83]
Ministerie van Economische Zaken en Klimaat (EZK)	Henry van der Wiel
Raad Nederlandse Detailhandel (RND)	Eus Peters

[83] Michiel Bijlsma is werkzaam bij De Nederlandsche Bank (DNB) en zit op persoonlijke titel in de expertgroep.

Bijlage D Brief begeleidingscommissie

Den Haag, 20 juni 2019

Bevindingen Begeleidingscommissie onderzoek 'Marktwerking en knelpunten in de huurmarkt voor retail vastgoed'.

Het ministerie van EZK heeft SEO Economisch Onderzoek gevraagd om te onderzoeken of de huurmarkt voor vastgoed in de retail sector zich gedraagt zoals vanuit economisch oogpunt verwacht mag worden en of er knelpunten zijn aan te wijzen die marktwerking daar in de weg staan. Dit heeft geresulteerd in de onderzoeksrapportage 'Marktwerking en knelpunten in de huurmarkt voor retail vastgoed'.

Tijdens het onderzoek is op verzoek van het ministerie van EZK een Begeleidingscommissie ingesteld onder voorzitterschap van Jarig van Sinderen, Hoogleraar Economische Politiek aan de Erasmus School of Economics van de Erasmus Universiteit Rotterdam (ESE/EUR) en Chief Economist van de Autoriteit Consument en Markt (ACM). De Begeleidingscommissie heeft de onderzoekers geadviseerd over de opzet en de uitvoering van het onderzoek.

De Begeleidingscommissie concludeert dat haar aanbevelingen en suggesties op correcte wijze zijn verwerkt en dat het onderzoek op zorgvuldige wijze is uitgevoerd. De eindrapportage van het onderzoek geeft een getrouw beeld van de onderliggende onderzoeksresultaten.

De Begeleidingscommissie spreekt haar waardering uit voor de open en transparante samenwerking met de onderzoekers van SEO Economisch Onderzoek.

Van de Begeleidingscommissie maakten de volgende personen deel uit:
Jarig van Sinderen, voorzitter (Hoogleraar Economische Politiek ESE/EUR en Chief Economist ACM)
Jacques de Win, secretaris (namens de opdrachtgever, Ministerie EZK)
Eus Peters (Raad Nederlandse Detailhandel)
Maarten van Lit (A.J. Real Estate B.V., namens de Nederlandse Raad voor Winkelcentra)
Michiel Bijlsma (Tilburg University)
Henry van der Wiel (Ministerie EZK)



seo economisch onderzoek

Roetersstraat 29 . 1018 WB Amsterdam . T (+31) 20 525 16 30 . F (+31) 20 525 16 86 . www.seo.nl