CUSHMAN & WAKEFIELD

INSIGHT

DE NEDERLANDSE WINKELSTRAAT IN 2030

Juni 2021



RETAILERS VERSNELLEN ONLINE STRATEGIE

“Het moet zaterdag 22 mei jl. een rare gewaarwording zijn geweest: kledingwinkel Zara hield de deuren potdicht voor winkelende Amersfoorters. De sluiting verliep nogal plotseling. Alleen een handgeschreven briefje op de deur en een bewaker die de winkelende mensen tegenhield, verklapten dat de deuren nooit meer opengaan. Met het vertrek van Zara komt 2200 vierkante meter aan winkelruimte leeg te staan. De winkel zat sinds 2011 in het gigantische pand in de Langestraat. De winkel was populair onder het Amersfoortse publiek. Na de versoepelingen van de lockdown, stond er elke dag een rij met soms wel dertig personen.” (AD, 24-05-‘21).





De opmerkelijke stap van ZARA in Amersfoort staat niet op zichzelf. Diverse grote retailers versnellen momenteel hun online strategie, waar het uitbesteden van de online verkoop aan platforms zoals Bol.com en Amazon in toenemende mate onderdeel van is. Dit gaat ten koste van fysieke aanwezigheid in de winkelstraten, waarmee de vraag naar solitaire winkelpanden in de kernwinkelgebieden afneemt. Daarmee staat de Nederlandse winkelstraat voor een transitie naar een nieuwe invulling, eentje die sterker gericht zal zijn op diversiteit in functies en branchering. In de middelgrote en kleinere binnensteden van Nederland was al een ontwikkeling naar compacte winkelgebieden zichtbaar, maar daar zijn nu óók de winkelstraten van de grote winkelsteden bijgekomen. Hierbij rijst steeds vaker de vraag wat het reële toekomstbeeld van de Nederlandse winkelstraat is. Meer of minder winkelpanden en wat zijn kansrijke alternatieve invullingen?

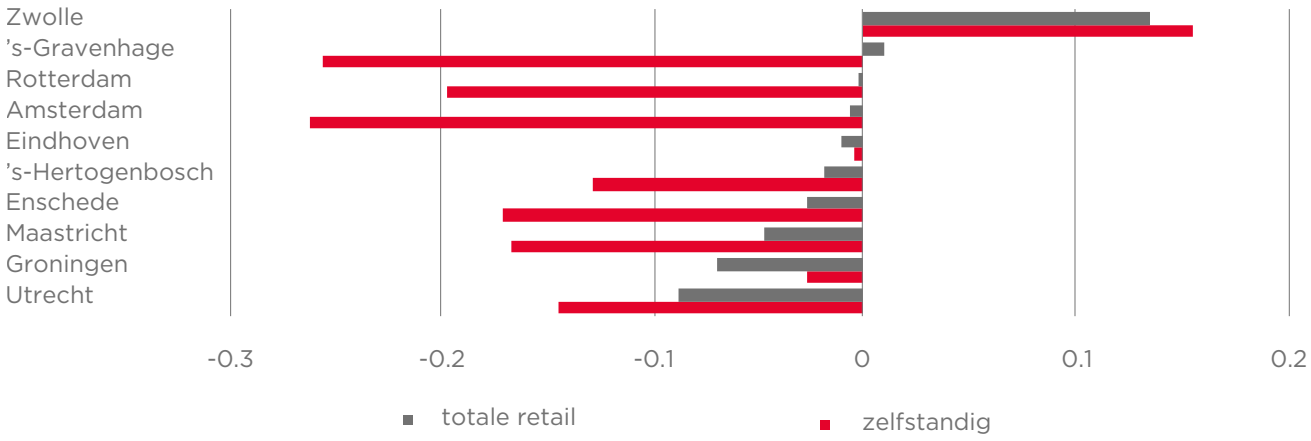
HUURPRIJSNIVEAUS PER FUNCTIE

Omdat de binnenstad uiteindelijk altijd de leukste plek van een stad blijft om er te wonen, werken of winkelen, vindt daar een continue ‘strijd’ plaats tussen concurrerende functies. Deze komt voornamelijk tot uitdrukking in het verschil tussen de huurprijsniveaus per functie voor dezelfde straat. Op de Amsterdamse Kalverstraat is dit verschil het meest zichtbaar.: EUR 2.800,- per m^2 per jaar voor de winkelfunctie op het beste stukje, EUR 400,- per jaar voor een vierkante meter kantoor en (bij benadering) EUR 300,- per jaar voor een vierkante meter woonruimte.

WINKELS IN DE BINNENSTAD

Bovenstaande cijfers laten zien dat de winkelfunctie de strijd altijd glansrijk heeft gewonnen. Vanaf de jaren ’60 van de vorige eeuw werden grote delen van de Nederlandse binnensteden ingevuld met winkels, met het doel om zich te verzekeren van een centrale en drukbezochte plek. Dit was overigens ook de enige plek voor winkels om zich te vestigen aangezien restrictief overheidsbeleid perifere detailhandel grotendeels heeft beperkt tot meubelboulevards en autoshowrooms. De verwinkeling van de binnensteden ging logischerwijs ten koste van de functies die er van oudsher gevestigd waren, kantoren en woonhuizen. Het leidde vanaf begin 21e eeuw echter ook tot een uniforme, monotone winkelbeleving, waarbij winkelsteden onder andere door filialisering steeds meer op elkaar gingen lijken.

Ontwikkeling footprint winkeloppervlak tussen 2008 en 2019
betreft detailhandel, niet horeca of dienstverlening in het kernwinkelgebied, in wvo



DUURZAME MOBILITEITSOPLOSSINGEN

De binnenstedelijke verdichting leidt tot schaarste in de ruimte. Elke vierkante meter telt en wordt richting de toekomst alleen nog maar belangrijker. De stad functioneert steeds meer als een op zichzelf staand ecosysteem, waar wonen, werken en ontmoeten in hetzelfde domein te vinden zijn met alle voorzieningen op loopafstand. Veranderende behoeften en het groter bewustzijn nopen beleidsmakers tot meer innovatieve oplossingen met als voorbeeld de 'stad van 15 minuten' waarin binnen 15 minuten bewoners alle essentiële functies moeten vinden. Dit betekent dat auto's veel openbare ruimte teruggeven aan voetgangers en fietsers en de omgeving leefbaarder wordt. Binnenstedelijke verdichting maakt dat leefbaarheid en bereikbaarheid een steeds belangrijker goed is voor de stadbewoner. Hierdoor ontstaat meer aandacht voor duurzame mobiliteitsoplossingen die leiden tot de inzet van meer en alternatieve vervoersstromen.

De elektrische (bak)fiets is niet meer weg te denken, pakketbezorgers, foodbezorgers en de inwoners zelf maken er gebruik van. En vergeet de BIRO niet, die de toon zet in Amsterdam, Rotterdam en Eindhoven. Daarnaast zijn er natuurlijk tal van deelautodiensten zoals Share Now en Greenwheels tot ConnectCar en SnappCar waar de laatste jaren steeds meer gebruik van wordt gemaakt.

AUTOLUWE AMBITIES

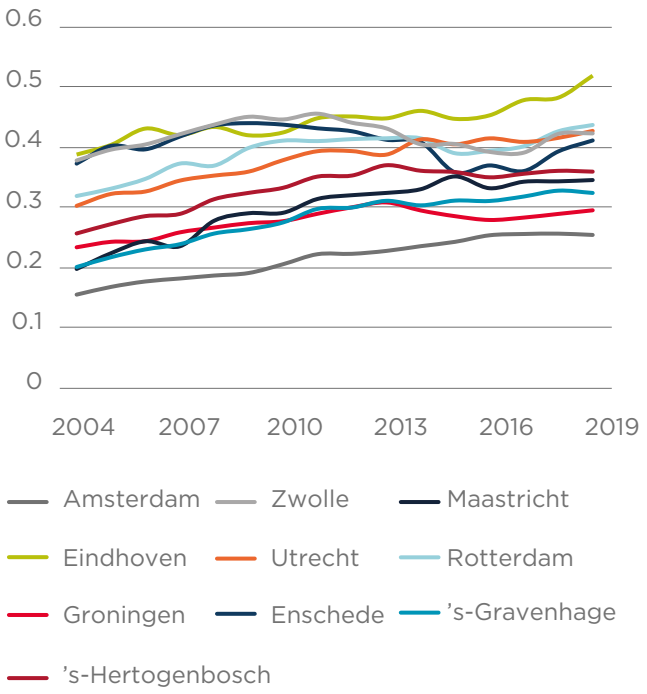
De overheid speelt een belangrijke rol en geeft met toenemende wet- en regelgeving een stimulans richting milieuvriendelijk rijden. Amsterdam, Rotterdam, Utrecht en Arnhem hebben al milieuzones om oude auto's te weren uit de stad. Vooral Amsterdam is een voorloper op dit gebied. Zij werkt toe naar een geheel uitstootvrije stad in 2030. Maar ook steden als Amersfoort, Delft, Eindhoven Gouda hebben autoluwe ambities.

AFNEMEND WINKELVLOEROPPERVLAK

De aanblik van uniforme en eentonige winkelstraten in de kernwinkelgebieden verdwijnt snel nu retailers zien dat ze door deze alternatieve verkoopkanalen minder winkels nodig hebben. Hierdoor is in een aantal steden de hoeveelheid winkelvloeroppervlak aan het afnemen. Tussen 2008 en 2019 nam dit, bij retailers op de A, B en C locaties en gemiddeld gewogen voor 10 grotere winkelsteden, met 1,7% af. Per stad met kleine verschillen rondom dit gemiddelde. Het winkelvloeroppervlak dat in gebruik is bij zelfstandige retailers is met 17% veel sterker is afgenomen, wat in de afgelopen jaren heeft geresulteerd in toenemende filialisering bij een afnemend winkelvloeroppervlak.

Ontwikkeling van de filialiseringsgraad in 10 grote winkelsteden

onwikkeling tussen 2004 en 2019 op A, B en C locaties, in % totaal, in vkp



Nu ook de grote (internationale) retailers vol inzetten op het online verkoopkanaal, is het de verwachting dat het winkelvloeroppervlak verder zal afnemen, óók in de grote winkelsteden. Het vrijgekomen winkelvloeroppervlak in de grotere winkelsteden wordt nu al voor een deel ingevuld door niet-detailhandel functies als F&B, kunst of cultuur. Ook de transformatie van winkelruimte naar een geheel andere functie, zoals een kantoor, appartement of in een combinatie met winkelen in een mixed-use herontwikkeling komt steeds vaker voor. Er zijn diverse ontwikkelstudies verricht op de voormalige Hudson's Bay panden in Amersfoort, Haarlem, Leiden en Amstelveen, waarbij nauwelijks nog winkelvloeren worden toegepast op de tweede en bovengelegen verdiepingen. In Eindhoven wordt een dergelijke herontwikkeling al vormgegeven door de invulling van een flexibel werkplekconcept en vergaderzalen. Doordat winkelhuurprijsniveaus naar schatting zullen dalen en kantoren op multifunctionele en levendige omgevingen snel populair zijn geworden, ligt transformatie naar een kantoor voor de hand. Dit geldt echter niet alleen voor kantoren, ook de woonfunctie rukt op in de binnensteden.


BABBOE City
www.babboe.com

KANTOORHOUDENDE ORGANISATIES, BEWONERS EN TOERISTEN

De winkelfunctie van de binnensteden evolueert als gevolg hiervan naar een nieuwe realiteit waaraan veerkrachtige retailers zich kunnen optrekken: een realiteit die zich ontwikkelt in de richting van leefbare en levendige binnensteden waar wonen, werken, winkelen en ontspanning hand in hand gaan. De configuratie van de binnenstad en de daarmee gepaard gaande mix van functies zal weer sterker worden georiënteerd op de daadwerkelijke gebruikers en daarvan zijn er ruwweg drie groepen te onderscheiden, namelijk kantoorhoudende organisaties, bewoners en toeristen (indien van toepassing).

De bruisende binnensteden van Nederland worden een steeds aantrekkelijker vestigingsplaats voor kantoorhoudende locaties. In Amsterdam is al enige tijd goed zichtbaar dat vooral bedrijven uit de (fin)Tech en Creatieve sector op zoek zijn naar kantoorgebouwen in de binnenstad. Naast Booking.com zijn het bedrijven zoals Adyen, Klarna, Mollie, Multisafepay en Jetbrains die recentelijk nog hun uitgesproken voorkeur voor een kantoor in de binnenstad hebben waargemaakt. Adyen zal vanaf het einde van het jaar op 17.000 m^2 circa 1.100 medewerkers op het Rokin gestationeerd hebben die voor hun dagelijkse verzorging van de binnenstad gebruik zullen maken. Zo werd de keuze voor de binnenstad bij Adyen vooral ingegeven door de wens van jonge medewerkers om in het stadscentrum gevestigd te zijn. De War for Talent deed de rest. Medewerkers willen op de fiets of metro naar het werk kunnen komen en dichtbij de klant zitten, in het geval van Adyen de grote retailers.

SHARED OFFICE SPACE

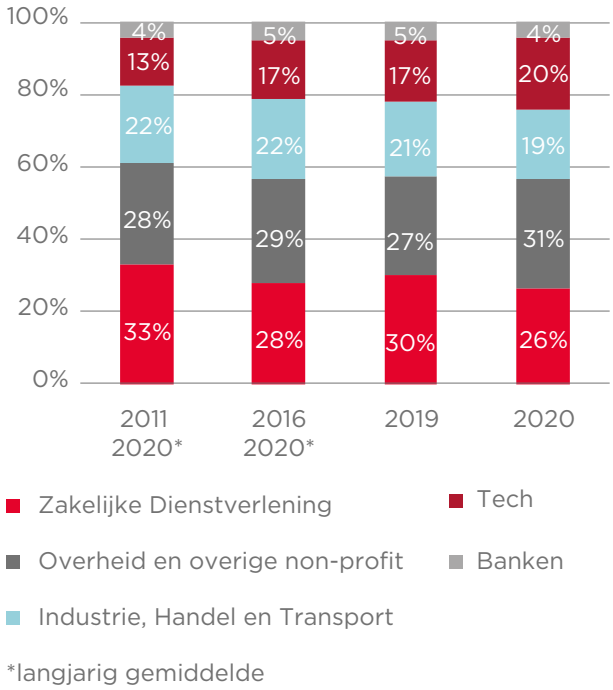
Naast de bedrijven zelf zijn er ook CoWorking faciliteiten of innovatieplekken te vinden die specifiek inspelen op deze doelgroep, zoals de The Next Web, dat onder andere 6.000 m^2 shared office space in hartje Amsterdam aan de Bloemenmarkt exploiteert.



TECH BEDRIJVEN

In totaal werken er inmiddels 70.000 techneuten in de stad en ze werken allemaal bij de 1.700 start-tups, scale-ups of één van de grote tech bedrijven. Amsterdam wordt geroemd vanwege haar compacte karakter, waardoor mensen makkelijk in staat zijn snel de verbinding met elkaar te zoeken. Dit is van essentieel belang in de tech scene of bij creatieve beroepen, waar professionals veel meer dan in andere sectoren van de economie in sterk afwisselende projectgroepen met elkaar samenwerken voor het eindresultaat dat vrijwel altijd op maat gemaakt wordt. Gemakkelijk en snel mensen kunnen ontmoeten speelt hierbij een cruciale rol en dat gebeurt bij voorkeur niet tussen negen en vijf, maar veelal andersom tijdens de honderden evenementen die - normaal gesproken – in de stad worden georganiseerd. Voeg daarbij een schitterende historische setting als woon- en werkomgeving plus de aanwezigheid van een hoogwaardige digitale infrastructuur en het wordt duidelijk hoe Amsterdam heeft kunnen uitgroeien tot een cluster voor tech bedrijven.

Kantorenopname Nederland, naar aandeel van type gebruikers
per periode



*langjarig gemiddelde




STACH
77

Niet alleen in Amsterdam groeit de tech sector, in heel Nederland neemt het aantal tech bedrijven toe en dit is terug te zien in het groeiend aandeel in de kantorenopname tussen 2011 en 2020. In deze periode was het langjarig gemiddelde aandeel van de sector in de opname 13%, terwijl dat is opgelopen naar 17% in 2019 en 20% in 2020. Kort gezegd komt het erop neer dat dit type werkgelegenheid niet slechts is voorbehouden aan de hoofdstad. Daarmee hebben ook overige grotere steden van Nederland een potentieel aan nieuwe gebruikers voor kantoorruimte in het centrum van de stad.

COMPACTER WORDENDE WINKELGEBIED

De binnenstad verandert opnieuw naar een plaats om te werken en om te wonen. Op die plekken en plaatsen waar de kantorenfunctie beperkt kansen biedt, worden winkelruimtes omgebouwd naar woningen. Vooral in de aanloopstraten vindt deze transformatie plaats als gevolg van het compacter wordende winkelgebied. Het huidige woningtekort en de daarmee gepaard gaande druk op de koop- en huurprijsniveau's maakt transformatie momenteel erg aantrekkelijk. Met de komst van nieuwe binnenstadbewoners en binnenstadgebruikers, zal het winkelaanbod zich aanpassen naar deze realiteit. Meer winkels die gericht zijn op die kantoormedewerker of bewoners, zoals een Jumbo City of een Stach op de Kalverstraat, Diezerstraat of de Lange Elisabeth. Of wat te denken van schoenmakers en stomerijen, of een Praxis City, die beschikt over een uitgebreide klushoek met werkbank én een transportfiets te leen? Dienstverleners zoals Parcls, die fungeren 'als jouw tweede voordeur' en de flitsbezorgers van Gorilla's die de vergeten boodschap binnen 10 minuten thuis of op kantoor nabezorgen. Het zijn zo maar wat voorbeelden van een diverser wordende winkelstraat, met een grotere diversiteit aan functies, maar zeker ook aan winkels.

BINNENSTEDEN VOOR EN DOOR GEBRUIKERS

Het winkelhart zal nooit geheel uit een binnenstad verdwijnen, alleen verloopt door de pandemie de transitie naar online winkelen veel sneller dan werd gedacht en de gevolgen worden door menigeen onderschat. Door tijdig te anticiperen op nieuwe invullingen en een open blik houden voor alternatieven, kunnen we onze fijnmazige structuur van winkels voor de binnensteden behouden en zorgen we ervoor dat ook de kleinere steden en plaatsen leefbaar zijn en blijven. Als mens geven we onze omgeving vorm, maar dat geldt ook zeker andersom. Het aangezicht van de stad wordt bepaald door wie er lopen. Dat maakt onze binnensteden tot wat ze zijn: voor en door haar gebruikers.



Deze insight maakt deel uit van de serie 'de waarde van de stad' en komt tot stand vanuit intern onderzoek en dialoog met interne en externe stakeholders, in nauwe samenwerking met consultants en analisten uit ons Real Estate Strategy & Innovation team. Deze insight behoort bij de column van Elsbeth Quispel waarin zij haar visie geeft op de maatschappelijke relevantie van steden, stedelijke ontwikkeling en dus ook vastgoed.

Real Estate Strategy & Innovation is de service line binnen Cushman & Wakefield die een leidende rol neemt bij data gedreven strategische adviesopdrachten binnen de vastgoedmarkt. Waarmee we als professional real estate services company strategie en executie aan elkaar verbinden en blijvende toegevoegde waarde leveren aan onze opdrachtgevers. De volgende insight sluit aan bij de serie 'de waarde van de stad' en gaat over klimaatrisico's.



JOS HESSELINK MSC

Research Lead
Mobiel: +31 (0) 6 2973 8608
jos.hesselink@cushwake.com



ELSBETH QUISPEL

International Partner - Head of Strategy & Innovation
Mobiel: +31 (0) 6 1396 7315
elsbeth.quispel@cushwake.com