

» Het einde van de winkels? Eerst maar eens de feiten

In 2015 werd de detailhandelswereld opgeschrikt door een opmerkelijk aantal faillissementen van bekende winkelketens. Het klapstuk volgde in december met het faillissement van V&D. Voor velen was dit een (voor)teken van verval van ons fysieke winkellandschap. Anderen laten liever de feiten spreken. Recent verscheen het boek #Watnoueindevanwinkels van Hans van Tellingen en een tiental mede auteurs (zie inzet). De veelzeggende subtitel: over de zonnige toekomst van winkels, winkel-centra en winkelgebieden. "Dit boek is gebaseerd op feiten en niets anders dan feiten" aldus de hoofdauteur.

Eerst even wat feiten die niet uit het boek komen. De crisis is hevig en lang geweest voor onze detailhandel. Gedurende een groot aantal jaren daalden de consumentenbestedingen. Winkelvastgoed reageert doorgaans laatcyclisch op zulke gebeurtenissen. Het aantal faillissementen in de detailhandel is in die jaren licht gestegen, maar juist in 2015 weer wat teruggelopen. Door Van der Gijp en De Baaij is aangetoond dat panden die de afgelopen jaren vrijkwamen door faillissementen, voor een groot deel gewoon weer in gebruik is. Locatus meldt dat juist in 2015 de toenemende leegstand in de winkels een halt is toegeroepen en is gestabiliseerd op zo'n 7%. Maar ook: internetaankopen zijn gestaag toegenomen, volgens GfK tot bijna 9% in 2015

Crisis of internet?

Is er een relatie tussen de crisis en toenemende internetbestedingen enerzijds en een toenemende leegstand en het aantal faillissementen anderzijds? Of met specifieke faillissementen zoals V&D en Manfield? Het boek van Van Tellingen et.al. is hier duidelijk over: "Nee, het heeft met internet weinig van doen. Deze merken waren 'op'. Vaak al jarenlang. Acht jaar crisis doet dan de rest."

Online, multichannel of fysiek?

Allereerst stelt Van Tellingen (samen met De Baaij en Zandbergen) dat het aandeel online bestedingen lager ligt dan de door GfK genoemde percentages. Een simpele vergelijking van de door GfK genoemde online bestedingen aan producten en de door het CBS gepubliceerde totale consumentenbestedingen aan producten in 2015 leert dat het aandeel van de online bestedingen 8,8% was. Daarnaast stellen Van Tellingen et. al. dat er, ondanks de scheiding tussen producten en diensten die wordt aange-



Beleving, variatie en locatie

En de fysieke winkels als totaliteit? Van Tellingen voorspelt dat "het aantal fysieke meters tot 2020 -en daarna- niet substantieel gaat afnemen. Landelijk gezien wel te verstaan. Ja, uiteraard wel in krimpgebieden. Daar moet het winkelareaal zelf ook inkrimpen. En een aantal meubelboulevards en weidewinkels zal het niet redden. En – in een fors aantal plaatsen – zullen er aanloopstraten verdwijnen. Maar: op veel plekken liggen er grote mogelijkheden tot uitbreiding. Uitbreidingen die tot een succes zullen leiden."

Binnenstad of de rest?

De Baaij en Van der Gijp noemen in hun publicatie de 15 grootste binnensteden als de grote winnaars nu en in de toekomst. Van Tellingen bevestigt dat beeld deels: Bij de winnende winkelgebieden noemt hij de vijf grote binnensteden en ook middelgrote binnensteden als Den Bosch, Haarlem of Maastricht. Maar Van Tellingen ziet meer winnaars: "Sommige grote regionale winkelgebieden/stadsdeelcentra met één dominante eigenaar zijn vaak de pareltjes in de winkelporfteuille.Er zijn ook kleinere binnensteden van middelgrote of kleine plaatsen die het goed doen. En dan de sterke wijkcentra. Beleggers die zich hier op richten zijn spekkoopers. Als je bereikbaarheid, parkeren en aanbod maar op orde hebt. Wat dan weer wel geldt: dit kan ten koste gaan van kleinere voorzieningen in de buurt."

Want het is niet allemaal halleluja bij Van Tellingen. Ook hij ziet verliezende winkelcentra en gebieden: "Het is zeker waar dat op een aantal plekken er teveel winkelmeters zijn. We zijn bijvoorbeeld veel te scheutig geweest met het ontwikkelen van meubelboulevards (137 in totaal!), en PDV-locaties. En was het nu echt nodig om in krimpgebieden als Zuid-Limburg nieuwe winkelcentra te bouwen?"

bracht, toch nog diensten worden meegenomen in die bestedingen. Op basis van een aantal -plausibele- aannames komen zij tot niet meer dan rond de 5% online bestedingen.

Bovendien geldt dat, hoewel de omzet op het web wel toeneemt, de pure webplayers doorgaans nog geen winst maken: "... webplayers zijn niet scheutig met informatie over winst. Daar is zelfs bijna nooit sprake van. Sterker nog: de megaverliezen stapelen zich op. Vaak evenredig. Dus: hoe hoger de omzet, hoe hoger het verlies. Het halen van een break-even point is dan ver weg. En men raakt steeds verder achterop... Wij verwachten dat de pure webplayers nooit een stabiele winst kunnen maken."

Veel van origine fysieke aanbieders zijn ook online gegaan, met als redelijk succesvolle voorbeelden H&M, Zara en Van Haren. "Het gros van de (hoge) omzet en de (grote) winst wordt behaald in de fysieke winkel. Ook hier geldt dat de webshop meer als een service naar de klant wordt gezien. Om je bestaande klanten te houden. Om deze nog meer te laten besteden. En om nieuwe klanten te krijgen. De ICSC (International Council of Shopping Centers) heeft berekend dat minimaal 80% van alle (van origine fysieke) retailers met een webshop verlies maakt op de webshop. Maar als je een sterk merk bent, maakt dat niet uit. Je maakt het goed met de winst van de fysieke winkel. Maar juist als matig draaiende retailer kan een webshop meer 'burden' zijn dan 'asset'. Een webshop is er eigenlijk alleen voor de betere retailers, die de verliezen hierop kunnen compenseren. Een webshop is een service."

En dan zijn er nog de succesvolle pure fysieke aanbieders. "Discounters als Action en Primark hebben geen webshop. En halen torenhoge omzetten. Torenhoge groeipercents. En torenhoge winsten."

Als verliezers noemt hij:

- Minder sterke regionale centra (vaak met meerdere eigenaren)
- Sommige middelgrote binnensteden
- Kleine wijkcentra met vaak maar één supermarkt en een vergrijzende bevolking
- Een groot aantal buurtstripjes
- En een fors aantal 'out of town' ontwikkelingen, zoals meubelboulevards

Beleving of Locatie?

Wat maakt dan een winkelgebied tot een winnaar of een verliezer? Van Tellingen onderscheidt meerdere succesfactoren. Op de eerste plaats komt, nog steeds, de locatie: *"Het belang van Locatie, locatie, locatie is helemaal niet achterhaald. Locatie is nog steeds bepalend voor je winkelconcept. Historische binnensteden zijn om andere redenen in trek dan wijkwinkelcentra. Dat betekent dat de voorwaarden waaraan deze gebieden moeten voldoen onderling verschillen. 'Plek' én bereikbaarheid zijn nog steeds de belangrijkste criteria.....de factor locatie is alleen maar nóg belangrijker geworden."*

Maar er is meer. Een dominante eigenaar kan van groot belang zijn: *"Een dominante eigenaar met een heldere visie kan voor een winkelcentrum veel betekenen. Voor een juiste mix aan huurders. Voor een perfecte 'Look'. En een juiste positionering.... Geen verzorgingsgebied is gelijk."*

En natuurlijk: Parkeren is en blijft van groot belang: *"gemiddeld 45% van de consumenten bezoekt een winkelgebied per auto. En deze bezoekers zijn goed voor 60% van de winkelomzet."*

En ook: sterke huurders en sterke merken: *"Het gros van de consumenten komt voor de grote merken en de grote ketens. Dat is een feit. En blijkt uit vrijwel elk onderzoek van Strabo. De couleur locale geeft (letterlijk) kleur aan het geheel....De grote groep 'gewone' consumenten bestaat nog steeds. En bedraagt zo'n 80%. Zonder de sterke merken en de sterke winkelketens kan een groot winkelgebied niet functioneren."*

En beleving? *"Invulling en activiteiten die specifiek gericht zijn op beleving, zoals*

bijvoorbeeld een evenement of sfeerverhogende verlichting, hebben weinig zin als de basis niet op orde is. Zoals 'schoon, heel, veilig'. Omvang en kwaliteit van het aanbod. Bereikbaarheid. Gratis en schone toiletten. Uitstekende en passende horeca. Al deze kwaliteiten betreffen dus eigenlijk de beleving waarvoor bezoekers komen. Pas als deze basis op orde is, kunnen extra 'belevingsactiviteiten' van toegevoegde waarde zijn."

Natuurlijk verandert de Nederlandse winkelmarkt. De crisis heeft zijn tol geëist en doet dat vanwege de laatcyclische reactie nog steeds. De huurprijzen zijn gedaald ten opzichte van een aantal jaren geleden, en de NVM constateert ook in 2015 nog een daling van circa 3,5%. Maar: het aantal verhuurtransacties neemt weer toe en het aanbod stijgt niet meer. Andere, moderne formules, waaronder een flink aantal buitenlandse, tonen interesse in de Nederlandse winkelmarkt. Daarmee heeft de crisis toch ook iets goeds gebracht: Nederlandse detaillisten en beleggers zijn (soms hardhandig) wakker geschud, en het winkellandschap zit volop in een vernieuwingsproces. Een proces dat nodig is om voor de consument aantrekkelijk te blijven. En om met Van Tellingen te eindigen: *"De retail als sector blijft bestaan. En zal als sector verder groeien de komende jaren. Voor vele aanbieders blijft de fysieke winkel het anker. Waarin niet alleen maar 'gekeken' wordt. Maar ook gekocht!"*

¹⁾ Joost de Baaij en Boris van der Gijp, Faillissementen bevestigen tweedeling op de winkelmarkt, 1 december 2015 (Internetpublicatie van Syntrus Achmea Real Estate & Finance, update 21 januari 2016).

²⁾ THUISWINKEL MARKT MONITOR, uitgevoerd door GfK in opdracht van thuiswinkel.org.



Het boek waar in dit artikel naar wordt verwezen en uit wordt geciteerd (cursief) is een compilatie van artikelen uit Shopping Centre News van de hand van Hans van Tellingen en 11 wisselende co-auteurs. Van Tellingen is directeur van onderzoek- en adviesbureau Strabo, specialist op het gebied van winkelcentrumonderzoek en -advies. Het boek is voor € 24,95 te bestellen via de website www.strabo.nl, maar is ook gewoon te bestellen via de fysieke boekwinkel met ISBN 978 90 824763 1 6

» Huurverhoging woningen in perspectief

Geregeld verschijnen er berichten over een "gigantische" stijging van de huurprijzen. Daarbij worden verhuurders van woningen in de vrije sector vaak over één kam geschoren met sociale verhuurders, of er wordt met de vinger naar exorbitante huurverhogingen in de vrije sector gewezen. Aanleiding hiervoor is regelmatig een publicatie van de website van Pararius. Journalisten, op zoek naar een pakkende kop, pikken vaak de extreme gevallen eruit en wijzen op een huurprijsstijging van wel 20% in een jaar tijd. Dit wekt maatschappelijke onrust op, terwijl de werkelijkheid veel genuanceerder is.

De complete publicaties van Pararius geven al een ander beeld. Zo is de gemiddelde

huurprijsstijging in 2015 aanzienlijk lager geweest dan bovengenoemde uitschieters. Met een stijging van 5,2% in 2015 is er nog steeds sprake van een aanzienlijke stijging, maar op de lange termijn gezien ontstaat een heel ander beeld. Door een enorme huurprijsdaling in 2009 (-16%), is de huurprijs volgens de cijfers uit de diverse publicaties van Pararius eind 2015 nog niet op het niveau van 2007/2008. In 2008 was de gemiddelde Pararius-huurprijs nog € 14,05 per m², in 2015 was dat € 13,14 per m².

Differentiatie

Maar kun je dat eigenlijk wel zo algemeen stellen? Binnen de vrije sector bestaan verschillende segmenten, met ieder een eigen huurprijsniveau en huurprijsontwikke-

ling. Pararius geeft dat regelmatig goed weer door onderscheid te maken op basis van type woning (appartement of eengezinswoning), maar ook type verhuur (gemeubileerd, gestoffeerd of casco).

De grote verschillen in huurprijs tussen deze typen betekenen ook dat, wanneer onder de invloed van de economie het aandeel van de verschillende typen fluctueert, de gemiddelde huurprijs enorm kan variëren, ook als de huurprijs binnen de segmenten constant zou zijn. Ditzelfde geldt voor regionale verschillen, die ook fors kunnen zijn. Dat zegt weliswaar iets over de marktsituatie, maar niet over de huurprijsontwikkeling sec. En zeker niet over hoe huurders die ervaren.



Een andere bron, MSCI, corrigeert de huurprijsontwikkeling voor de wisselende kenmerken van de woningen in hun transactiemonitor van vrije sector huurwoningen van institutionele beleggers (zie inzet). In Q1 2015 ligt de gemiddelde prijs van € 8,70 per m2 niet ver van die van Pararius voor de casco woningen. MSCI constateert een huurprijsstijging tussen Q1 2008 en Q1 2015 die vrijwel gelijk is aan de inflatie. Eind 2015 ligt de huurontwikkeling volgens MSCI-gegevens een fractie boven de inflatie. Dit is een zo goed mogelijke weergave van de werkelijkheid in dit segment van de woningmarkt, maar ook hier geldt dat huurders het niet zo zullen ervaren.

Zittende huurders

Bovenstaande huurprijzen en huurprijsontwikkelingen geven wel een indicatie van de markt: het betreft namelijk aanbodhuren (Pararius), of transactiehuren (verhuur aan nieuwe huurders; MSCI). Zittende huurders worden echter vaak met andere huurverhogingen geconfronteerd. Deze huurverhogingen zijn vaak meer ingegeven door de regelgeving dan door de markt. Het CBS publiceert jaarlijks de gemiddelde huurverhoging op 1 juli. Sinds 2013 (en ook in 2008) hebben deze huurverhogingen fors boven de inflatie gelegen. Een huurder die in 2007 een woning huurde en er nu nog woont, heeft

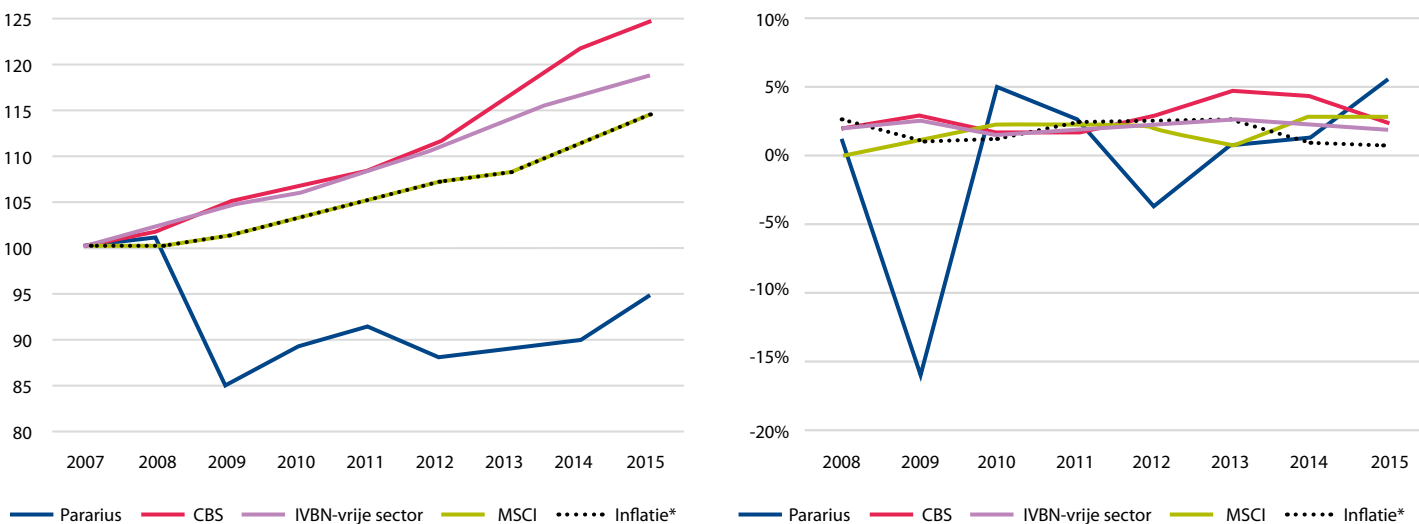
	Gemeubileerd	Gestoffeerd	Casco
Appartement	€16,47	€12,86	€ 9,97
Eengezinswoning	€11,73	€ 9,69	€ 8,42
Vrijstaande woning	€11,43	€10,57	€12,17

Figuur 1: Gemiddelde huurprijzen per m² in verschillende segmenten Q1 2015 met een overall gemiddelde van € 12,64 per m² (bron: Pararius)

gemiddeld een huurprijsstijging van bijna 25% gekregen, bij een inflatie van 14%. Dit is, veel meer dan bovenstaande marktontwikkelingen, wat de huurder voelt. En het is heel wat anders dan de huurprijsontwikkelingen in de vrije sectormarkt. In de hele vrije sectormarkt zoals Pararius die bestrijkt is er ten opzichte van 2007 zelfs nog sprake van een daling; in de casco verhuur van de institutionele beleggers is de ontwikkeling ongeveer gelijk aan de inflatie. Het cijfer van het CBS wordt voor het overgrote deel bepaald door de huurverhogingen in het sociale huursegment. IVBN meet een vergelijkbaar cijfer bij haar leden voor het vrije huursegment. Deze is met 19% wel hoger geweest dan de inflatie, maar aanmerkelijk lager dan het gemiddelde van de hele woningsector.

Een flink deel van de gemiddelde huurverhoging boven inflatie wordt bovendien verklaard door overheidsmaatregelen die de

inkomensafhankelijke huurstijging in het gereguleerde segment mogelijk hebben gemaakt. Huurders die in een 'te goedkope' huurwoning wonen, worden zo geconfronteerd met soms forse huurverhogingen. Dat huurders in het vrije marktsegment soms te maken hebben met huurverhogingen boven de inflatie is zuiver een kwestie van marktwerking. Aan de jaarlijkse huurprijsfluctuatie van de IVBN-leden en aan de ontwikkelingen in de MSCI-transactiemonitor is te zien dat institutionele verhuurders hier gematigd mee omgaan: het is enerzijds hun belang de huur te optimaliseren ten behoeve van hun stakeholders (doorgaans pensioenfondsen, met daarachter vaak weer als deelnemers in die pensioenfondsen een groot deel van de huurders zelf), maar anderzijds zijn zij gebaat bij tevreden huurders, die liever in hun woning blijven dan verhuizen. Overigens hebben deze huurders altijd nog de mogelijkheid wel te verhuizen naar een koopwoning of een andere, goedkopere huurwoning. Wanneer de markt het toelaat kunnen de institutionele beleggers de huren boven inflatie verhogen, maar een zekere matiging hiervan is ook in hun belang. Dat is dan ook de dagelijkse praktijk.



Figuur 2: Huurontwikkeling van 2007-2015 op verschillende manieren gemeten; index 2007=100 (links) en de huurprijsmutatie ten opzichte van het jaar ervoor (rechts) (bronverantwoording zie inzet)

Bronverantwoording

In dit artikel wordt verwezen naar een aantal bronnen:

Pararius verwijst naar de website www.pararius.nl die regelmatig publiceert over de huurprijsontwikkeling van de op de website aangeboden vrije sectorwoningen.

MSCI verwijst naar een door IPD/MSCI beheerde transactiemonitor van verhuurtransacties in vrije sector

huurwoningen van een groot aantal institutionele beleggers. De hier gehanteerde cijfers zijn gebaseerd op onderzoek van Bert Teuben en Herman Gelauff van MSCI.

CBS verwijst naar de statistiek: Consumentenprijzen; huurverhoging woningen vanaf 1959 van het Centraal Bureau voor de Statistiek.

IVBN verwijst naar een jaarlijks door de Vereniging van

Institutionele Beleggers in Vastgoed, Nederland gehouden onderzoek onder haar leden naar de jaarlijkse huurprijsverhoging in de woningen (onder meer in de vrije sector) die bij hen in eigendom zijn.

Inflatie is de jaarlijkse inflatie (CPI) zoals deze op 7-1-2016 door het CBS voor het laatst op de website is gepubliceerd (die ook de basis vormt van de jaarlijkse huurverhoging).

» Sectoraal nieuws

WONINGEN

Opleveringen volledig verhuurd en sterk groeiende pijplijn

In het eerste halfjaar van 2016 werden meerdere projecten opgeleverd. In het centrum van Rotterdam zijn 30 verhuurde appartementen overgenomen in het complex Calypso uit 2013, waardoor Altera in dit complex nu 78 appartementen bezit. In Scheveningen Haven vond de oplevering plaats van 47 appartementen in het complex De Havenmeester, terwijl de 31 eengezins-woningen van het project Blaricummerhout in Blaricum in juni zijn opgeleverd. De

66 appartementen in het complex Costa Rica aan de Oostelijke Handelskade in Amsterdam zijn eveneens in juni opgeleverd.

Er zijn nog 254 binnenstedelijk gelegen appartementen in aanbouw in Amstelveen (84), Amsterdam (52), Hoofddorp (63) en Hilversum (55).

De zekere pijplijn is weer uitgebreid met 212 appartementen te Nijmegen (26), Maarssen (60), Ridderkerk (60) en Utrecht (66), en 35 eengezinswoningen in Hoofddorp. Van

sommige projecten is de bouw recent gestart of start de bouw in het tweede halfjaar, zoals die van 60 appartementen in Waalwijk.

De planuitwerking voor toevoeging van nog eens 233 appartementen in Amstelveen, Den Haag en Amsterdam verkeert in een vergevorderd stadium, terwijl harde prospects voor een veelvoud in het tweede halfjaar contractueel moeten worden afgerond.

WINKELS

Stijgend vertrouwen en bestedingen, toenemende belangstelling beleggers

De start van het jaar werd gemarkeerd door het faillissement van V&D. Het wordt inmiddels steeds duidelijker welke concrete alternatieven zich aandienen voor de bezetting van die vrijgekomen panden. De portefeuille van Altera is beperkt geraakt door dit faillissement, aangezien slechts één pand door V&D werd gehuurd. Het effect van andere faillissementen is in de portefeuille eveneens beperkt gebleken door een doorstart van de geraakte formules of verhuur aan alternatieve partijen, terwijl voor meerdere panden gesprekken plaats vinden met

diverse kandidaten. Het consumentenvertrouwen ontwikkelt zich dit jaar verder in positieve zin en de toename van de detailhandelsbestedingen in food en non-food is eveneens duidelijk waarneembaar. De internetbestedingen bedroegen in 2015 ca. € 16 miljard, de helft aan diensten en de andere helft detailhandelsbestedingen door de aanschaf van producten. Een deel van die detailhandelsbestedingen via internet komt overigens ook weer op het conto van de omzet van de reguliere detailhandel.

In het eerste halfjaar van 2016 was er, net als vorig jaar, sprake van een toenemende

belangstelling voor beleggen in winkels. Vooral buitenlandse beleggers geven daar blijk van. Mede door de gunstige ontwikkeling van bijvoorbeeld het consumentenvertrouwen en de bestedingen kan dit, analoog aan de situatie bij woningen en kantoren, duiden op een naderende herintreding van Nederlandse beleggers in deze sector. De volatiliteit en onzekerheid in andere assetcategorieën is immers onverminderd, terwijl de risicopremies voor winkelbeleggingen ten opzichte van de lange rente aantrekkelijk zijn.

BEDRIJFSRUIMTEN

Logistiek loopt voorop en objecten verkocht

Het segment logistiek vastgoed beleeft internationaal een sterke belangstelling van beleggers en als afgeleide daarvan ook Nederlandse top locaties voor logistiek vastgoed. De top-aanvangsrendementen zijn voor nieuw logistiek vastgoed sterk gedaald. Dat is opmerkelijk in vergelijking met bijvoorbeeld winkels en woningen, waar

sprake is van een veel sterkere spreiding over huurcontracten en locaties, en ten opzichte van bedrijfsverzamelgebouwen waar spreiding over locaties/concentraties groter is en de contracten met huurders gevarieerd zijn door hun diverse achterliggende economische activiteiten. Altera heeft begin dit jaar voor € 35,4 miljoen afscheid genomen van zeven objecten, en daarmee de structuur van de portefeuille verder geoptimaliseerd.

Het streven is gericht op het krijgen van een 50/50 verhouding tussen logistieke objecten met een landelijke/regionale functie en concentraties van bedrijfsverzamelgebouwen verdeeld over meerdere grootstedelijke agglomeraties. De situatie op de gebruikers- en beleggingsmarkt is licht positief als gevolg van de mondiale en nationale economische ontwikkelingen. Initiatieven voor speculatieve nieuwbouw zijn nog beperkt.

FUNDING

Bredere aandeelhoudersbasis en groei aantal aandeelhouders

Sinds eind 2015 kunnen ook andere institutionele beleggers uit binnen- en buitenland toetreden als aandeelhouder. Het betreft nu pensioenfondsen, verzekeraars en professi-

onele beleggers. In het eerste kwartaal zijn toetredingsovereenkomsten getekend door vier nieuw toetredende pensioenfondsen, een Nederlandse verzekeraar en een Nederlandse professionele belegger. Bovendien hebben meerdere bestaande aandeelhouders

te kennen gegeven hun belang te willen uitbreiden. De vraag naar woningbeleggingen blijft substantieel. Concrete toetreding in Winkels is nog bescheiden, maar de belangstelling voor toelichting op het verloop van deze sector neemt duidelijk toe.