

Inhoud

1. Opname van winkelruimte
2. Aanbod van winkelruimte
3. Prijzen van winkelruimte
4. Beleggingen in winkelruimte

Colofon

Samenstelling
Drs. G. Raven

Bron gegevens
NVM Data & Research,
Nieuwegein

Vormgeving
PROOF
the alignment agency

Fotografie
Tycho's Eye
Photography

STAND VAN ZAKEN NEDERLANDSE WINKELMARKT



Ook in 2014 is geen eind gekomen aan de malaise op de Nederlandse winkelmarkt. Tekenend voor de situatie waren verschillende faillissementen van grote winkelketens. Bovendien werd de winkelmarkt geconfronteerd met een verdere verruiming van het aanbod. Uit cijfers van NVM Business blijkt dat het aanbod op de winkelmarkt in 2014 met bijna 10% groeide. Aan het eind van het jaar stond daardoor 2,45 miljoen m² winkelruimte te koop of te huur. Ook de leegstand liep verder op. Eind 2014 stond bijna 8% van de winkelvoorraad leeg. De Nederlandse winkelmarkt kwam nog verder in het nauw doordat consumenten minder uitgaven dan in het jaar ervoor, waardoor de detailhandelsomzet in 2014 verder afnam.

Door de markt werd ruim 8% minder winkelruimte opgenomen dan in 2013. Het resultaat was dat de winkelmarkt vorig jaar verder uit balans raakte, hoewel er wel meer transacties plaatsvonden. Door de kleinere vraag en het toegenomen aanbod kwamen de koop- en huurprijzen van winkelvegoed verder onder druk te staan, met als gevolg dat deze in 2014

een daling lieten zien. Maar het ging niet overal slecht. In de grote steden was de situatie op de winkelmarkt in het algemeen positief. Het aanbod nam er veelal af en de prijzen op met name de betere locaties wisten zich te handhaven. Het waren vooral de middelgrote steden van ons land die het vorig jaar moeilijk hadden. In de concurrentie met de grote steden legden zij het steeds vaker af.

Ondanks de problemen op de Nederlandse winkelmarkt werd er door beleggers meer in winkelruimte belegd dan in het voorgaande jaar. In totaal kwam het beleggingsvolume uit op 1,4 miljard euro. Bijna een verdubbeling ten opzichte van 2013.

De verwachting is dat in 2015 de particuliere bestedingen zullen stijgen, wat een positief effect zal hebben op de winkelmarkt. Desondanks zijn de uitgangspunten voor de Nederlandse winkelmarkt nog altijd niet rooskleurig. De verwachting is dat het aanbod en de leegstand ook in 2015 verder zullen oplopen en dat de prijzen, met uitzondering van die in het A-segment, een daling zullen laten zien.

1. OPNAME VAN WINKELRUIMTE

Opname lager, aantal transacties hoger

Hoewel in 2014 meer verhuur- en verkooptransacties plaatsvonden dan in het jaar ervoor, werd er minder winkelruimte opgenomen dan in het voorgaande jaar. Sinds 2014 combineert de NVM met terugwerkende kracht de transacties van bij haar aangesloten leden met de transacties van niet-leden. Uitgaande van deze methodiek kwam de totale opname van winkelruimte in 2014 uit op 840.000 m² tegen 915.000 m² in 2013. Een daling van ruim 8%.

Op basis van gegevens van NVM Business vonden er vorig jaar een kleine 4000 winkeltransacties plaats, 6% meer dan in 2013. Er vonden zowel meer huur- als kooptransacties plaats. Opvallend hierbij was de sterke toename van het aantal kooptransacties, dat met ruim 40% steeg. Overigens is de winkelmarkt vooral een huurmarkt, waardoor dit maar een beperkte invloed op de totale opname had. Hoewel er door de ruime beschikbaarheid en de dalende prijzen meer dynamiek op de winkelmarkt was, oversteeg het aantal bedrijfsbeëindigingen op de winkelmarkt het aantal starters. Wat ook opviel, was dat het in 2014 gemiddeld iets korter duurde voordat een winkel werd verkocht. Huurtransacties vergden daarentegen iets meer tijd.

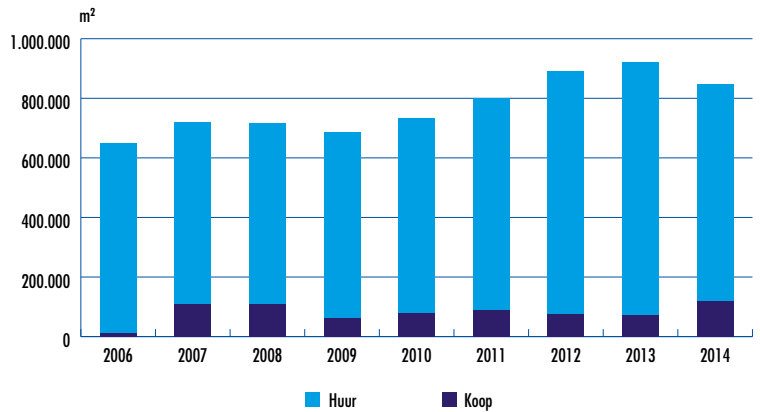
Opname in grote steden hoger

In de grote steden was er vorig jaar meer vraag naar winkelruimte, waardoor de opname daar een gunstige ontwikkeling te zien gaf. In Rotterdam speelde mee dat er een aantal omvangrijke transacties plaatsvond. Zo huurde H&M een nieuwe winkel van 4500 m² aan het Beursplein. In Amsterdam viel het op dat vooral de wat luxere internationale winkelketens veel vraag uitoefenden.

Opvallend was de sterke opnamestijging in Enschede, waar de opname bijna verdubbelde. Dit kon vrijwel volledig worden toegeschreven aan de verhuur aan Primark, die de oude Bijenkorf-vestiging overnam. Ook in Groningen en Breda kwam de opname fors hoger uit. Voor beide steden geldt dat dit kwam door de verhuur van een aantal grote winkelruimten. In Eindhoven kon het hoge opnameniveau van 2013 niet worden geëvenaard en ook in Almere werd er minder winkelruimte opgenomen dan in het voorgaande jaar.

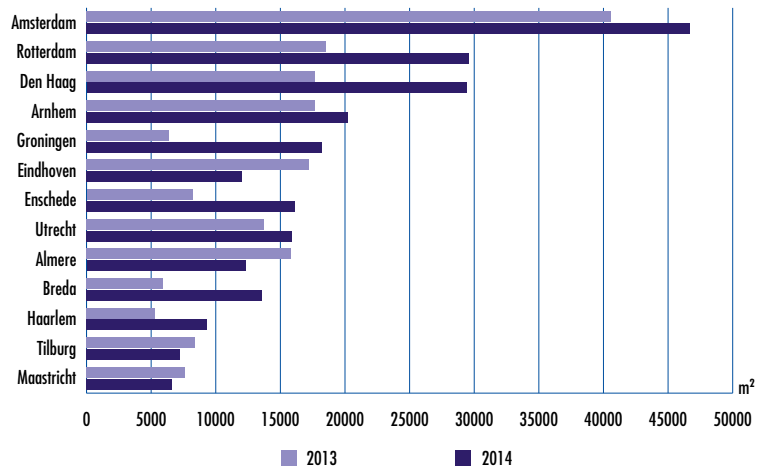
Een opvallende ontwikkeling was de toenemende invloed van innovatieve retailers op de winkelmarkt. Buitenlandse ketens als H&M en Mango en retailbedrijven als Inditex, onder andere bekend van het merk Zara, bepaalden, mede door hun grootte, steeds vaker de markt.

OPNAME VAN WINKELRUIMTE NAAR EIGENDOMSSITUATIE



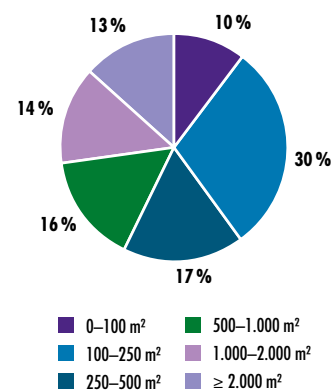
Bron: NVM. Nieuwe reeks/gewijzigde berekeningsmethodiek

OPNAME VAN WINKELRUIMTE NAAR REGIO 2014



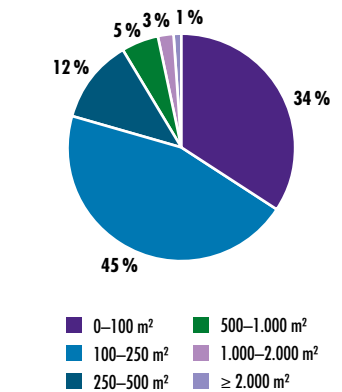
Bron: NVM

OPNAME VAN WINKELRUIMTE NAAR GROOTTEKLASSE 2014



Bron: NVM

AANTAL TRANSACTIES VAN WINKELRUIMTE NAAR GROOTTEKLASSE 2014



Bron: NVM

2. AANBOD VAN WINKELRUIMTE

Aanbod stijgt verder

Eind 2014 werd in Nederland ongeveer 2,45 miljoen m² winkelruimte te koop of te huur aangeboden, een stijging van ruim 9% ten opzichte van 2013. De stijging was sterker dan in het jaar ervoor, toen het aanbod met 6% omhoogging. Opvallend was dat de winkelvoorraad verder toenam, waardoor een oplossing van de problemen op de winkelmarkt verder weg kwam te staan. Met uitzondering van de provincies Flevoland, Friesland en Noord-Brabant, waar het aanbod iets afnam, liet het winkelaanbod vrijwel overal een stijging zien. Vooral in Drenthe en in Gelderland was sprake van een sterke toename. Niet alleen ging het aanbod omhoog, ook de leegstand nam vorig jaar toe. Eind 2014 stond bijna 8% van de winkelvoorraad leeg. Gekeken naar het aantal winkels dat leegstaat, valt op dat elk segment in 2014 met een toename van het aantal leegstaande panden te maken had. De leegstand was het grootst in het C-segment. Hier stond ruim 14% van de winkels leeg tegen 11% in 2013. In het A1-segment verdubbelde het aantal leegstaande winkels bijna en bedroeg iets meer dan 5% van de voorraad.

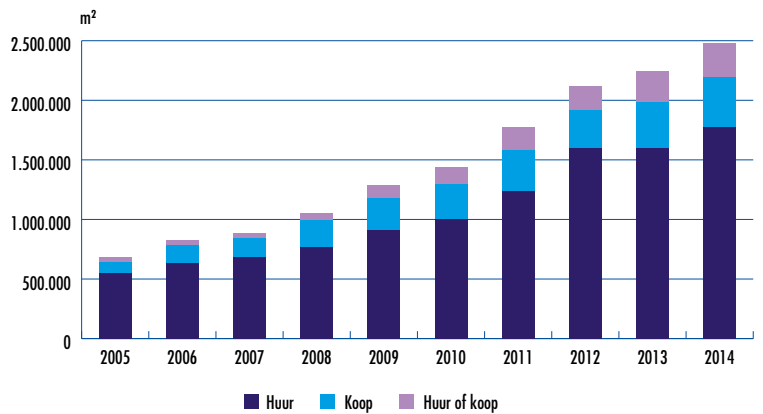
Aanbod in vrijwel alle grote steden kleiner

Een positieve ontwikkeling was dat in de grote winkelsteden het aanbod naar beneden ging. Een van de uitzonderingen vormde echter Arnhem. Doordat er met name in het centrum een aantal grote winkelruimten beschikbaar kwam, ging het aanbod er flink omhoog. In het bijzonder de grootte van de ruimtes bemoeilijkte de verhuur. Zo kwam onder andere een deel van de voormalige bibliotheek aan de Koningstraat beschikbaar. Daarnaast kwam door het faillissement van boekhandel Polare nogal wat winkelruimte beschikbaar in het oude postkantoor aan het Jansplein.

Structureel aanbod neemt verder toe

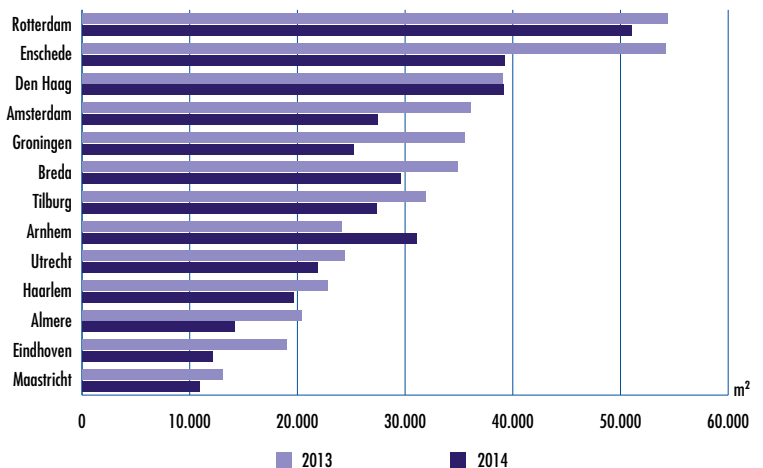
Het aantal winkels dat meer dan drie jaar te huur of te koop staat, is in 2014 verder toegenomen. Van de winkels die eind 2014 werden aangeboden, kon 14% tot het structurele aanbod worden gerekend. Het structurele aanbod was vorig jaar het grootst in de provincies Drenthe en Friesland, waar bijna 20% van de objecten langdurig leegstond. Het aantal winkels dat in Nederland langer dan vijf jaar wordt aangeboden, is echter klein en bedraagt ongeveer 4% van het aanbod. Om structurele leegstand te voorkomen pleit NVM Business samen met de marktpartijen IVBN, Detailhandel Nederland en NEPROM voor een goede detailhandelsstructuur die nu en in de toekomst aantrekkelijk is voor inwoners, consumenten en bezoekers.

AANBOD VAN WINKELRUIMTE NAAR GEBOUWTYPE



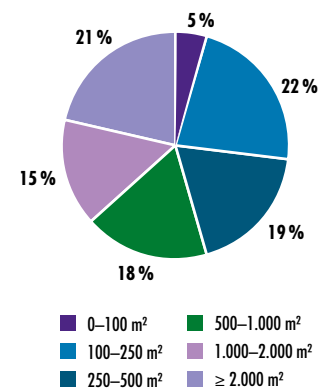
Bron: NVM

AANBOD VAN WINKELRUIMTE NAAR REGIO 2014



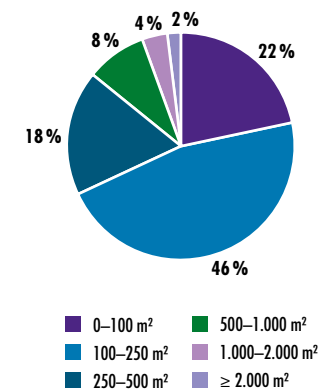
Bron: NVM

AANBOD VAN WINKELRUIMTE NAAR GROOTTEKLASSE 2014



Bron: NVM

AANTAL OBJECTEN IN AANBOD NAAR GROOTTEKLASSE 2014



Bron: NVM

3. PRIJZEN VAN WINKELRUIMTE

Huurprijzen

De huurprijs die voor winkelruimte wordt betaald, liet vorig jaar een verdere daling zien en ging voor het vierde jaar op rij naar beneden. Over het geheel genomen daalden de prijzen met circa 1%. In 2014 bedroeg de mediane huurprijs € 149 per m² tegen € 151 in 2013. De daling was duidelijk minder sterk dan in het voorgaande jaar, toen de huurprijzen nog met circa 5% daalden.

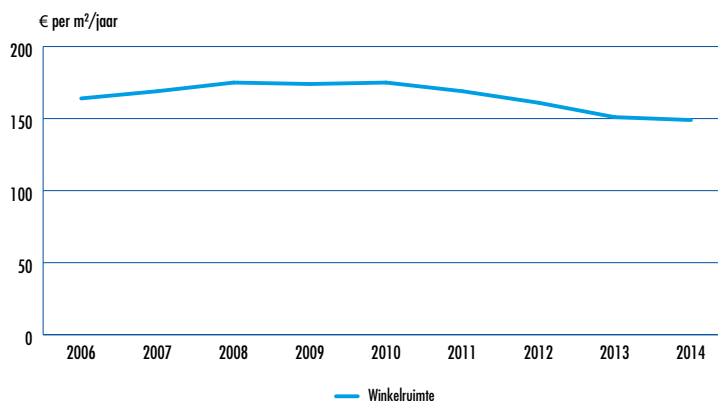
Enigszins positief was dat het verschil met de vraagprijs iets afnam. Dat kwam doordat de vraagprijzen door de bank genomen eveneens lager waren dan in 2013, een teken dat de bodem nog niet is bereikt. Doordat er echter weinig zicht is op incentives in de vorm van huurkortingen of inrichtingsbijdragen, is het moeilijk te zeggen of deze afname niet gecompenseerd werd door het verstrekken van hogere incentives. Afgaande op de geluiden uit de markt bleven de incentives ten opzichte van het voorgaande jaar gelijk of daalden licht. Overigens zijn incentives op de winkelmarkt veel minder gebruikelijk dan op bijvoorbeeld de kantorenmarkt. Daarnaast werd in 2014 voor de overname van huurcontracten alleen een overnamesom betaald indien het een contract betrof met een lage huurprijs.

Overigens gingen de prijzen niet overal naar beneden. In de grote steden wisten de prijzen zich, met name op de betere locaties, aardig te handhaven. Op absolute toplocaties ging de huurprijs in 2014 zelfs iets omhoog. In het B- en C-segment stonden de prijzen veelal onder druk.

Koopsummen

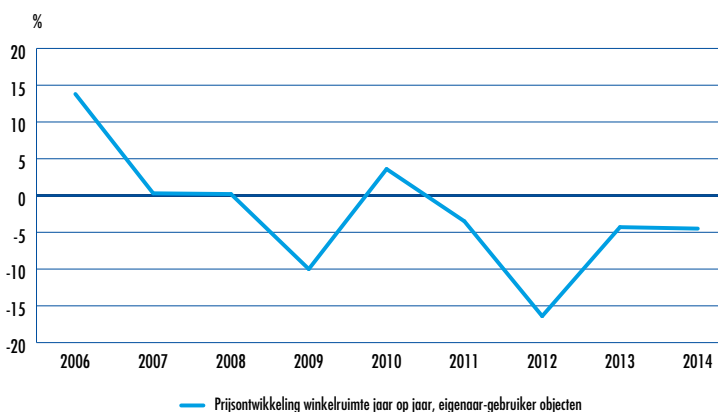
Ondanks het feit dat er meer kooptransacties plaatsvonden, ging de koopprijs van winkelruimte omlaag. De mediane koopprijs lag ongeveer 4,5% lager dan in 2013. Ook de vraagprijzen bewogen zich op een lager niveau dan in 2013 het geval was. Het verschil tussen de gerealiseerde prijs en de vraagprijs bedroeg vorig jaar ongeveer zo'n 15%, evenveel als in het voorgaande jaar.

HUURPRIJS VAN WINKELRUIMTE



Bron: NVM. Nieuwe reeks/gewijzigde berekeningsmethodiek

KOOPPRIJSONTWIKKELING WINKELRUIMTE



Bron: NVM

4. BELEGGINGEN IN WINKELRUIMTE

Beleggingsvolume hoger

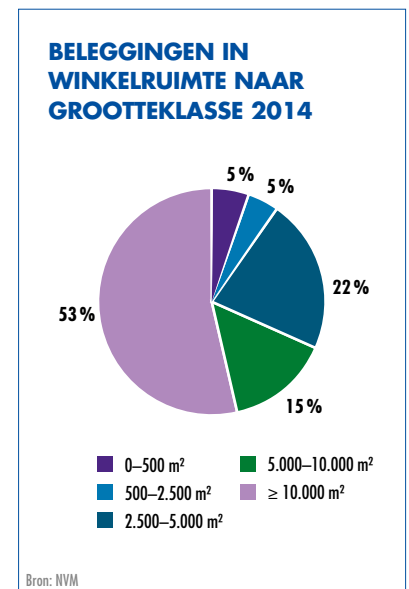
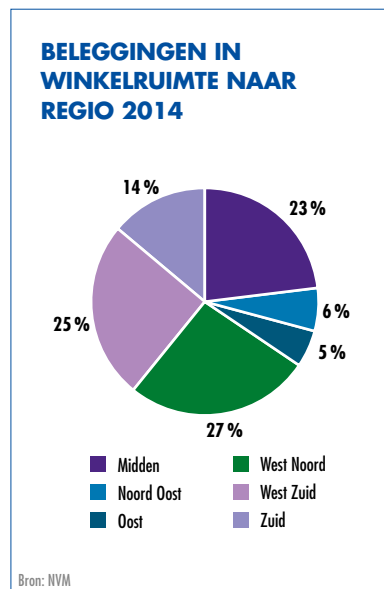
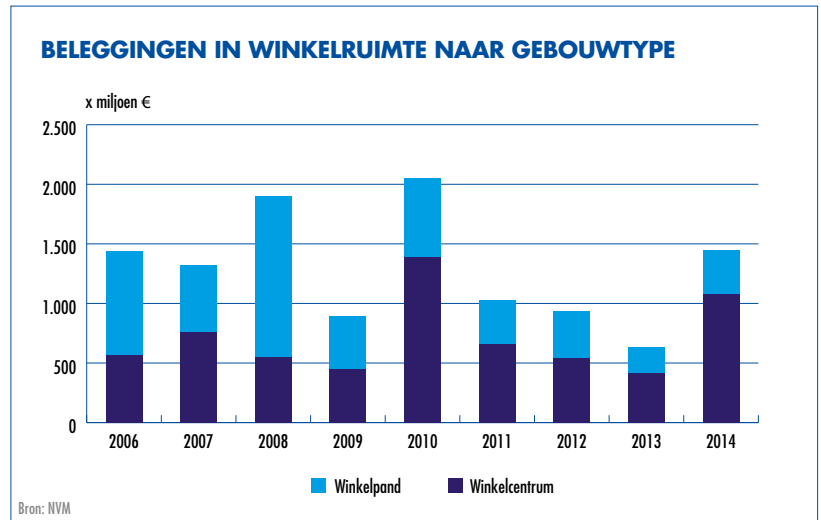
In totaal werd er in 2014 voor circa € 1,4 miljard in winkels belegd. Daarmee lag het investeringsvolume aanzienlijk hoger dan in het voorgaande jaar. Het beleggingsvolume kon voor het overgrote deel worden toegerekend aan winkelcentra, maar er was in 2014 ook meer vraag naar grootschalige detailhandelsvestigingen.

Hoewel met name Nederlandse particuliere beleggers actief waren, drukten vooral twee Amerikaanse partijen hun stempel op de investeringen. Zo nam de Amerikaanse durfinvesteerder Blackstone een portefeuille bestaande uit veertien winkelcentra over van CBRE Global Investors. Met de verkoop was een bedrag van € 240 miljoen gemoeid. Daarnaast kocht een samenwerkingsverband van het Amerikaanse Mount Kellett Capital Management en Sectie5 Investments een negental winkelcentra van vastgoedfonds Corio. De transactie betrof kleine tot middelgrote winkelcentra, vooral in buitenstedelijke gebieden. Onder meer winkelcentrum De Aarhof in Alphen aan den Rijn, het Corio Center in Heerlen en de City Passage in Veldhoven waren onderdeel van de transacties. Van Nederlandse kant was een opvallende transactie de aankoop van winkelcentrum Kalvertoren in Amsterdam door de Kroonenberg Groep. Het winkelcentrum, dat voor een bedrag van circa € 117 miljoen euro werd overgenomen, zal worden gerenoveerd.

Bruto-aanvangsrendementen stabiel

De bruto-aanvangsrendementen van winkelpanden lieten in 2014 in het algemeen een stijging zien. Alleen de rendementen van winkels op de absolute toplocaties in de grote steden gingen in 2014 iets naar beneden door de grotere vraag van beleggers naar dit soort objecten.

Ook de rendementen van winkelcentra gingen door de bank genomen omhoog. Hierbij past echter de kanttekening dat voor absolute topwinkelcentra de rendementen daalden. In sommige gevallen werden bruto-aanvangsrendementen betaald die onder de 6% lagen. Dat nam niet weg dat er vorig jaar een tweetal portefeuilles werd verkocht tegen aanzienlijk hogere rendementen (lagere prijzen).



BEGRIPSOMSCHRIJVINGEN

Winkelruimte

Een voor het publiek toegankelijke ruimtelijk zelfstandige eenheid die grotendeels in gebruik is ten behoeve van het voor eindgebruikers bedrijfsmatig ter verkoop uitstallen en aanbieden van artikelen die niet ter plekke geconsumeerd worden. Er moet derhalve sprake zijn van een detailhandelsfunctie. Globaal genomen laat de detailhandel zich indelen in twee groepen: de handel in voedings- en genotmiddelen (food) en de handel in duurzame en overige artikelen (non-food).

Opname

Verhuur- en verkooptransacties die op de vrije markt plaatsvinden. Gebruikers die in hun eigen huisvestingsbehoefte voorzien (de zogenoemde eigenbouw), worden niet tot de opname gerekend. Hetzelfde geldt voor sale-and-leasebackovereenkomsten en contractverlengingen. Sinds 2014 combineert de NVM met terugwerkende kracht de transacties van haar leden met de transacties van niet-leden, waardoor de opnamecijfers afwijken van die in voorgaande edities.

Aanbod

Winkelruimte die direct beschikbaar is voor verhuur of verkoop. Winkels die in voorbereiding zijn en derhalve nog gebouwd moeten worden, worden in het aanbod niet meegeteld. Het aanbod omvat naast leegstaande en nog in aanbouw zijnde winkels ook ruimten die nog in gebruik zijn maar waarvan bekend is dat deze op korte termijn worden vrijgemaakt.

Leegstand

Betreft het totaal van fysiek leegstaande winkelobjecten. Leegstand is veelal kleiner dan het aanbod.

Huurprijs

De gerealiseerde kale huur per vierkante meter verhuurbaar vloeroppervlak, exclusief btw.

Bruto-aanvangsrendement

De brutojaarhuur op het moment van aankoop als percentage van de totale investering.

samen
in business

