

Inhoud

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



Ondanks het faillissement van verschillende landelijke detailhandelsketens is het de Nederlandse winkelmarkt in 2015 duidelijk beter vergaan dan in voorgaande jaren. Onder invloed van een verbeterd consumentenvertrouwen en toegenomen consumentenbestedingen steeg de opname van winkelruimte met ruim 20%, terwijl het aanbod van te huur en te koop staande winkelruimte met slechts 0,7% omhoogging. Dit is de laagste stijging sinds jaren. Wat hierbij ook meespeelde, was dat de winkelvoorraad iets afnam.

In totaal werd er in 2015 ruim 1 miljoen vierkante meter winkelruimte opgenomen. Er werden niet alleen meer vierkante meters verhuurd en verkocht, ook het aantal transacties lag hoger dan in 2014. De meeste grote steden van ons land profiteerden van de toegenomen vraag en zagen het aanbod dalen.

Op de beleggingsmarkt was het beeld eveneens positief. In 2015 werd voor een recordbedrag in Nederlands winkelvastgoed geïnvesteerd. Het beleggingsvolume bedroeg bijna 2,5 miljard euro, ruim 75% meer dan in 2014.

Ondanks deze positieve ontwikkelingen was er geen sprake van algeheel herstel. Het structurele aanbod nam in 2015 verder toe en ook lieten de huur- en verkoopprijzen van winkelruimte in het algemeen een verdere daling zien. Daarnaast duurde het ten opzichte van voorgaande jaren langer voordat een nieuwe gebruiker werd gevonden. Onzekerheid over de invulling van de vestigingen van het failliete V&D, het nog broze consumentenvertrouwen en de verdere groei van de verkoop via internet maken dat de Nederlandse winkelmarkt ook in 2016 onder druk zal blijven staan. NVM Business verwacht dat met name de kleine en middelgrote steden geconfronteerd zullen worden met toenemende leegstand.

Colofon

Samenstelling
Drs. G. Raven

Bron gegevens
NVM Data &
Research,
Nieuwegein

Vormgeving
PROOF
the alignment agency

Fotografie
Phil Nijhuis/
Hollandse Hoogte

1. OPNAME VAN WINKELRUIMTE

Opname omhoog

De totale opname van winkelruimte kwam in 2015 uit op ruim 1 miljoen vierkante meter, 20% meer dan in 2014. Dat er meer meters werden verkocht en verhuurd, werd voor een belangrijk deel veroorzaakt door het feit dat de gemiddelde transactieomvang toenam. Waar in 2014 een transactie gemiddeld 225 m² besloeg, was dit in 2015 iets meer dan 260 m². Daarnaast speelde mee dat door de lage rente en een ruimhartiger financieringsbeleid van banken het aantal kooptransacties in 2015 een kwart hoger uitviel dan in het jaar ervoor. Circa 12% van de winkeltransacties betrof een kooptransactie, het hoogste percentage sinds 2008. Uitgaande van de cijfers van NVM Business vonden er in 2015 in totaal circa 3.850 winkeltransacties plaats; een stijging van 4% ten opzichte van 2014. In tegenstelling tot het aantal kooptransacties was het aantal huurtransacties vrijwel gelijk aan dat van 2014.

Net als in voorgaande jaren werd de opname op de winkelmarkt gedomineerd door kleding- en mode-zaken. Deze branche was goed voor circa 30% van de winkelopname. Internationale modeketens als Primark en H&M waren hierbij verantwoordelijk voor de grootste transacties.

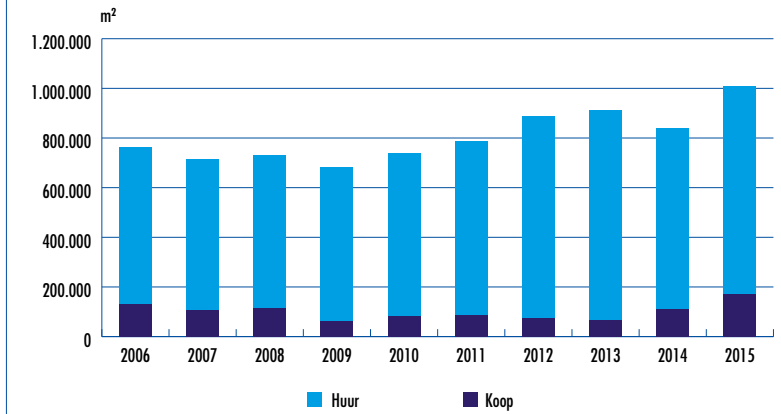
Sterke vraag grote steden

In verreweg de meeste grote steden lag de vraag naar winkelruimte beduidend hoger dan in 2014. De vraag was het grootst in Amsterdam, waar de opname bovendien ruim 50% steeg. Als een van de weinige grote steden bleef in Arnhem de vraag juist achter bij het voorgaande jaar. Niet alleen vonden er in Arnhem minder transacties plaats, de transacties die er plaatsvonden hadden in het algemeen betrekking op kleinere winkelruimten. Ook in Zwolle en Apeldoorn lag de opname beduidend lager dan in het voorgaande jaar. De kleine en middelgrote steden vertoonden een wisselend beeld.

Transactieduur verder gestegen

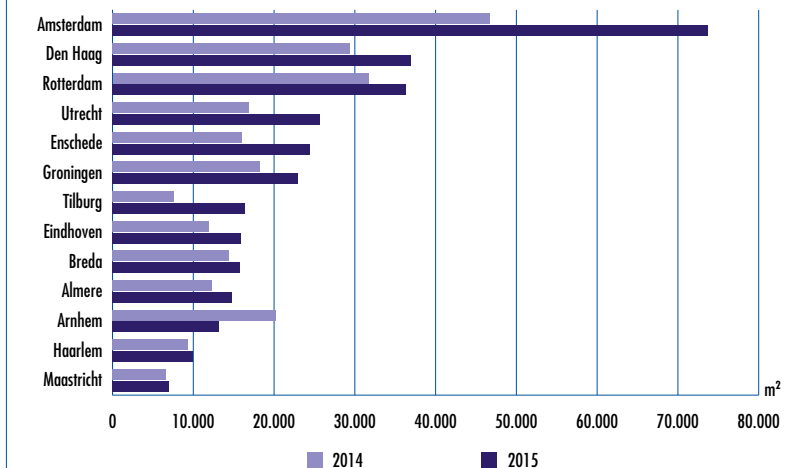
Ten opzichte van het voorgaande jaar duurde het in 2015 langer voordat een winkelruimte werd verhuurd of verkocht. De gemiddelde verhuurtijd steeg in 2015 met 8 dagen tot 356 dagen; de gemiddelde verkooptijd steeg met 51 dagen naar 454 dagen. In zijn algemeenheid gold dat hoe groter de winkel, hoe langer het duurde voordat deze werd verhuurd of verkocht. Daarnaast viel op dat het in de grote steden (> 100.000 inwoners) doorgaans aanzienlijk korter duurde voordat een nieuwe gebruiker gevonden werd dan in de kleine en middelgrote steden. In 2015 verliep het verkoop- en/of verhuurtraject in grote steden gemiddeld 3,5 maand sneller dan in de rest van Nederland. In Amsterdam stonden winkelobjecten het kortst op de markt.

OPNAME VAN WINKELRUIMTE NAAR EIGENDOMSSITUATIE



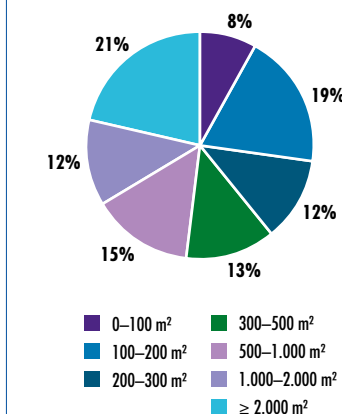
Bron: NVM

OPNAME VAN WINKELRUIMTE NAAR REGIO 2015



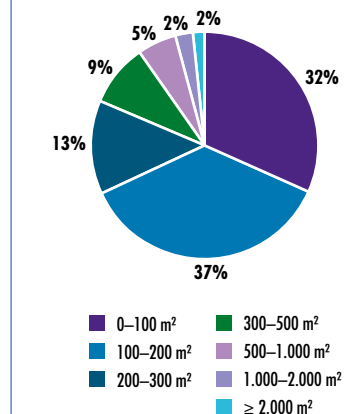
Bron: NVM

OPNAME VAN WINKELRUIMTE NAAR GROOTTEKLASSE 2015



Bron: NVM

AANTAL TRANSACTIES VAN WINKELRUIMTE NAAR GROOTTEKLASSE 2015



Bron: NVM

2. AANBOD VAN WINKELRUIMTE

Aanbod gestabiliseerd

De toegenomen vraag naar winkelruimte had een positieve uitwerking op de ontwikkeling van het aanbod. Het aanbod van winkelruimte bleef voor het eerst in jaren nagenoeg stabiel. Ultimo 2015 stond in totaal circa 2,49 miljoen vierkante meter winkelruimte in aanbod tegen 2,47 miljoen eind 2014; een stijging van slechts 0,7%. Vorig jaar steeg het aanbod nog met bijna 10%.

In aantal winkels gemeten was in 2015 zelfs sprake van een lichte daling van het aanbod. Werden er volgens de cijfers van NVM Business eind 2014 nog circa 7.600 winkels te koop of te huur aangeboden, eind 2015 bedroeg het aanbod ongeveer 7.400 winkels, een daling van 2,5%.

In de meeste grote steden van ons land ging het aanbod omlaag. Opvallend was de sterke afname van het aanbod in Breda. Het beschikbare metrage winkelruimte daalde hier ten opzichte van een jaar geleden met 25%. Door het schrappen van het nieuwbouwplan Achter de Lange Stallen (circa 19.000 m² winkelruimte) kozen de partijen die in afwachting waren van dit plan voor de bestaande voorraad, wat positief uitpakte voor het bestaande aanbod.

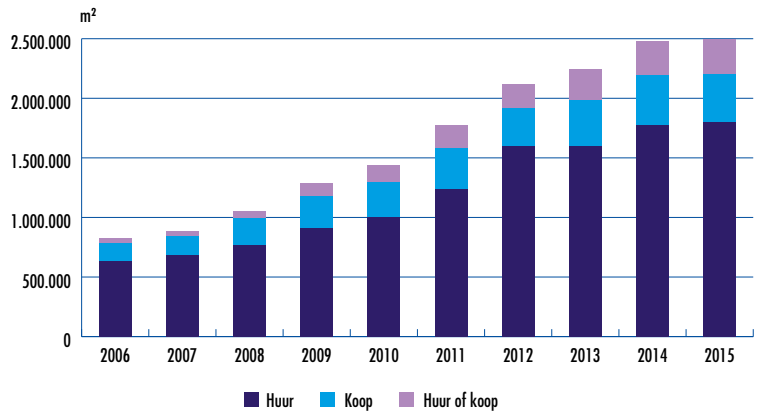
In Almere, Tilburg, Eindhoven en Maastricht ging het aanbod evenwel omhoog. Dit had vooral te maken met het feit dat er een aantal grote winkelruimten buiten de stadscentra op de markt kwam. Het ging hierbij voornamelijk om perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen. Met uitzondering van Almere bleef het aanbod in de stadscentra stabiel.

Structurele aanbod verder toegenomen

Ondanks dat het aanbod in 2015 nauwelijks veranderde, nam het structurele aanbod van winkelruimte in 2015 verder toe. Het metrage winkelruimte dat langer dan 3 jaar werd aangeboden, steeg met 6% tot 430.000 vierkante meter. Waar eind 2014 nog 14% van het aanbod als structureel kon worden aangemerkt, is dit percentage in 2015 gestegen tot 16% van het aanbod.

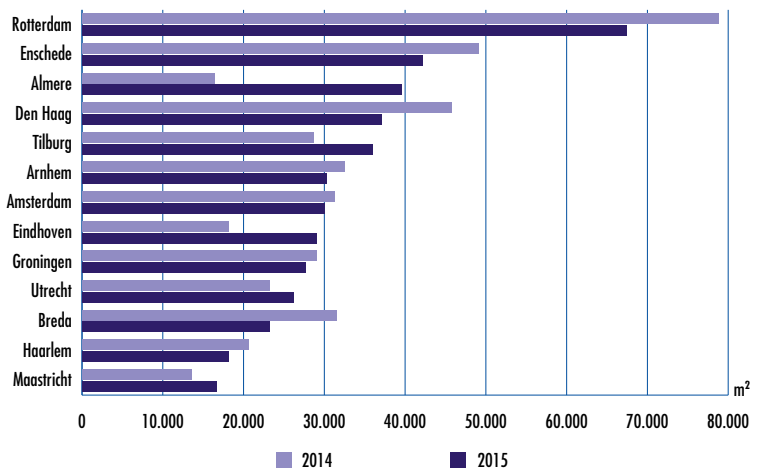
Net als in voorgaande jaren kampten met name Drenthe, Friesland en Zeeland met een hoog structureel aanbod. Met name kleine gemeenten buiten de Randstad kampten met langdurige leegstand van winkelruimte. Grote steden hadden dankzij een grotere marktdynamiek verhoudingsgewijs minder last van langdurig leegstaande winkelpanden, al gold dit niet voor alle grote steden. In Leeuwarden en Enschede stond ruim een kwart van de beschikbare winkels langer dan 3 jaar leeg.

AANBOD VAN WINKELRUIMTE NAAR GEBOUWTYPE



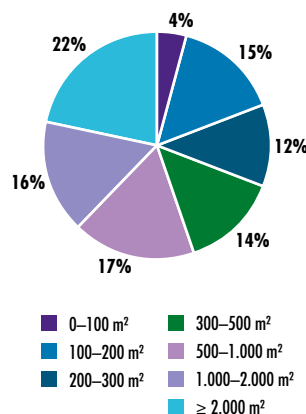
Bron: NVM

AANBOD VAN WINKELRUIMTE NAAR REGIO 2015



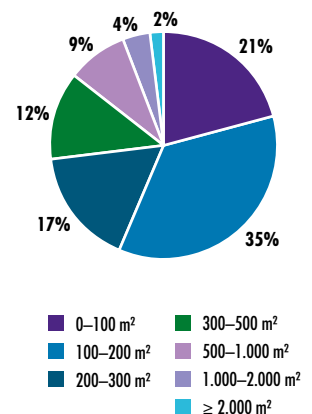
Bron: NVM

AANBOD VAN WINKELRUIMTE NAAR GROOTTEKLASSE 2015



Bron: NVM

AANTAL OBJECTEN IN AANBOD NAAR GROOTTEKLASSE 2015



Bron: NVM

3. PRIJZEN VAN WINKELRUIMTE

Huurprijzen

Net als in het voorgaande jaar stonden de huurprijzen van winkelruimte onder druk en lieten deze in zijn algemeenheid een daling zien. Uit cijfers van NVM Business komt naar voren dat de huurprijzen in 2015 over het geheel genomen circa 3% lager lagen dan in het jaar ervoor. Het verschil tussen de laatste vraagprijs en de gerealiseerde transactieprijs bleef echter nagenoeg gelijk.

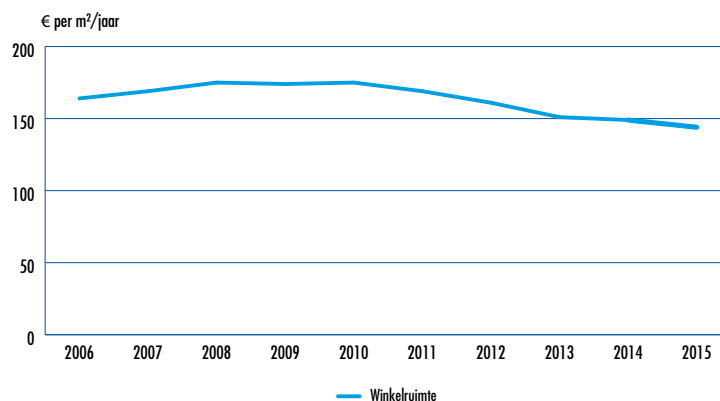
In 2015 bedroeg de mediane huurprijs € 144 per m² tegen € 149 in 2014. Daarmee daalden de prijzen sterker dan in het voorgaande jaar. De topwinkelsstraten in de meeste grote steden wisten zich echter aan deze daling te onttrekken, maar ook hier stonden in het B- en C-segment de prijzen veelal onder druk.

Een veelgehoorde klacht op de winkelmarkt is dat de huren te hoog zouden zijn. Hoewel de transactieprijsen in 2015 in de regel naar beneden gingen, blijkt uit cijfers van NVM Business dat de gemiddelde vraagprijs in 2015 opvallend genoeg iets omhoogging. Deze ontwikkeling stond haaks op de trend dat winkeliers en winkelketens in 2015 via heronderhandeling met de pandeigenaren veelvuldig om huurverlagingen vroegen. Doordat in 2014 en 2015 veel winkels failliet gingen en verhuurders bang waren hun huurder te verliezen, zagen veel pandeigenaren zich genoodzaakt akkoord te gaan met een huurverlaging, wat in sommige gevallen kon oplopen tot een huurverlaging van 30%.

Koopsommen

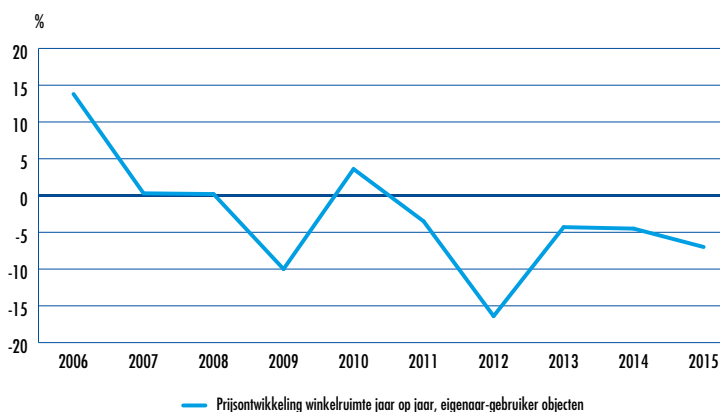
Hoewel er meer vraag was naar koopobjecten, ging de gemiddelde verkoopprijs van winkelruimte verder naar beneden. Ten opzichte van het voorgaande jaar lagen de prijzen in 2015 gemiddeld circa 7% lager. Daarmee gingen de prijzen in 2015 sterker naar beneden dan in het voorgaande jaar. Wel nam het verschil tussen de laatste vraagprijs en de verkoopprijs in 2015 iets af. De verkoopprijs lag in 2015 gemiddeld circa 13% lager dan de laatste vraagprijs. In 2014 bedroeg dit verschil nog 16%.

HUURPRIJS VAN WINKELRUIMTE



Bron: NVM

KOOPPRIJSONTWIKKELING WINKELRUIMTE



Bron: NVM

4. BELEGGINGEN IN WINKELRUIMTE

Beleggingsvolume hoger

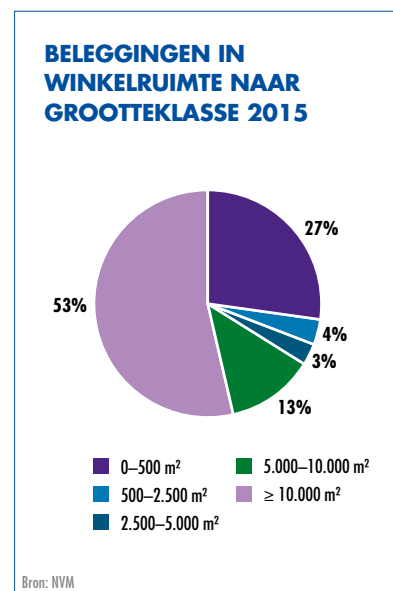
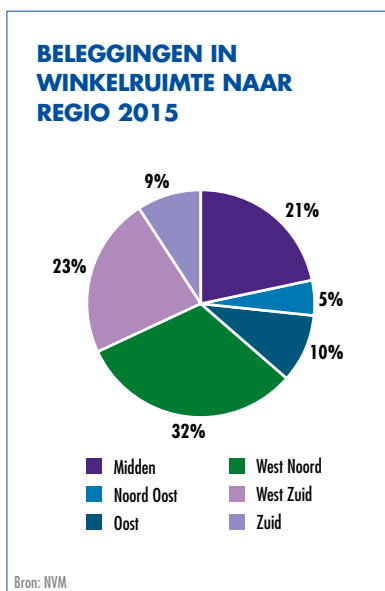
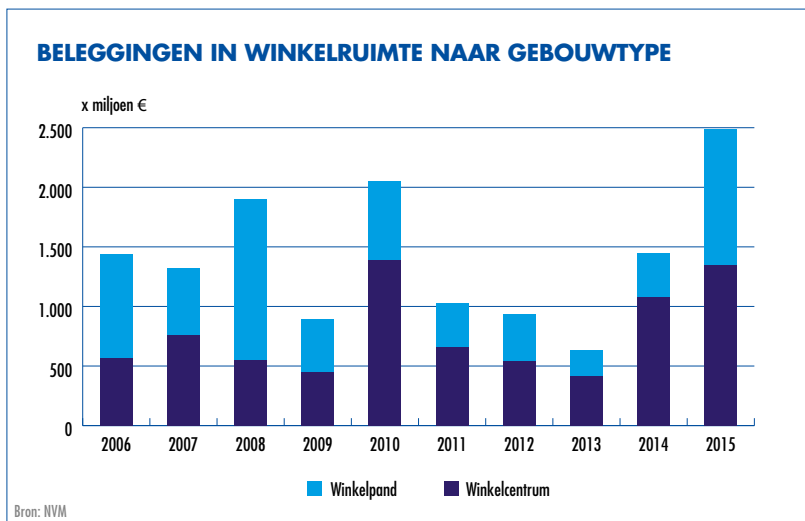
Door de lage rente en de ruimere beschikbaarheid van kapitaal werd er in 2015 voor een recordbedrag in Nederlands winkelvastgoed geïnvesteerd. Het beleggingsvolume bedroeg bijna 2,5 miljard euro, ruim 75% meer dan in 2014. De stijging kwam vooral doordat een aantal grote winkelportefeuilles werd overgenomen door buitenlandse beleggers. Zo nam het Duitse PATRIZIA een portefeuille bestaande uit 100 winkels over voor circa 294 miljoen euro. Het merendeel van de winkels betrof A-locaties. Een andere grote transactie betrof de verkoop van de gehele Nederlandse winkelportefeuille van Delta Lloyd Vastgoed aan een fonds van het Britse Tristan Capital Partners. De portefeuille bestond uit 15 winkelcentra en -panden en wisselde voor 273 miljoen euro van eigenaar.

Ten opzichte van voorgaande jaren konden ook supermarkten op goede belangstelling van beleggers rekenen, waarbij moet worden opgemerkt dat het uitsluitend Nederlandse partijen waren die vraag uitoefenden. Door haar relatief kleine investeringsvolume is deze vastgoedcategorie voor buitenlandse beleggers niet interessant.

Bruto-aanvangsrendementen naar beneden

Doordat veel eigenaren de aanvangsrendementen niet wilden prijsgeven, was het lastig een goed beeld te krijgen van de prijsontwikkeling van verhuurd winkelvastgoed. Uitgaande van de cijfers van NVM Business lagen de bruto-aanvangsrendementen op eenzelfde niveau als in 2014, maar hierbij dient te worden opgemerkt dat het een beperkt aantal transacties betreft en het voor het merendeel gaat om winkels buiten de kernwinkelgebieden. Het bruto-aanvangsrendement voor dit type objecten kwam in 2015 uit op gemiddeld 11%.

Voor de absolute toplocaties in de grote steden van ons land lagen de rendementen aanzienlijk lager en gingen deze in 2015 bovendien naar beneden. Voor toplocaties werden bruto-aanvangsrendementen betaald van rond de 4%. Als voorbeeld kan de aankoop door Vastned genoemd worden van een geheel herontwikkeld winkelpand aan de Kalverstraat/het Rokin in Amsterdam.



BEGRIPSOMSCHRIJVINGEN

Winkelruimte

Een voor het publiek toegankelijke ruimtelijk zelfstandige eenheid die grotendeels in gebruik is ten behoeve van het voor eindgebruikers bedrijfsmatig ter verkoop uitstellen 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 NVM Business met terugwerkende kracht de transacties van haar leden met de transacties van niet-leden, waardoor de reeks en cijfers 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

