

Hoe hier erger te voorkomen? Langbroek noemt aanloopstraten aantrekkelijk voor internetwinkels. 'Fysieke winkels trekken naar internet maar andersom gebeurt het ook. Steeds vaker willen pure internetwinkels een stenen vestiging. Die hebben geen behoefte aan een toppand op een A1-locatie. Voor hen is een goed bereikbare winkel in een aanloopstraat ideaal. Consumenten kunnen daar dan snel hun spullen ophalen.' De angst dat winkels massaal hun deuren moeten sluiten door de opkomst van webwinkels noemt hij overtrokken. 'De groei van de winkelbestedingen op internet vakt af. Groeiende de omzet de afgelopen jaren nog tussen de 20 en 30 procent, in 2010 stegen de internetverkoop met 10 procent.'

Thematisering van een winkelstraat kan volgens hem een andere oplossing zijn. 'In de VS, het Verenigd Koninkrijk en Duitsland wordt er volop mee geëxperimenteerd. De Nederlandse winkelmarkt doet hier nog niets mee. Winkelcentra of -gebieden speciaal gericht op senioren acht ik kansrijk. De komende jaren gaan de babyboomers massaal met pensioen. Gemiddeld beschikken ze over veel geld en veel vrije tijd. In Duitsland is een al bestaand winkelcentrum voor senioren – met meer luxe en meer voorzieningen – een groot succes.'

Met zogenaamde snuffelwinkels – winkels met een speciaal aanbod die de

zintuigen van consumenten prikkelen – kom je er volgens Langbroek niet. 'Dergelijke winkels kunnen alleen succesvol zijn in een beperkt aantal winkelstraten. Dan heb je het over een paar straten in de historische binnensteden die sowieso geen grote passantenstromen zullen trekken.'

Het concept beleving staat in de meeste aanloopstraten nog in de kinderschoenen. Ook hier zijn volgens Langbroek nog slagen te maken. 'De bekende merken bieden steeds meer sfeer en beleving. Selexyz biedt in zijn boekwinkels een koffiebar, signeersessies en spectaculaire winkels. Woonwinkels die een woonkamersfeer creëren, vrouwenmodewinkels die een modeshow houden, modezaken voor jongeren die een clubsfeer oproepen met harde muziek, eco & fair fashion-winkels met oog voor milieu die eerlijke handel uitstralen, flagship stores die communities creëren die apps met elkaar uitwisselen. Ook winkeliers in de aanloopstraten moeten de consumenten vaker verrassen en verleiden.'

Langbroek concludeert wel dat de winkelmarkt er beter voorstaat dan de kantorenmarkt. 'Er vallen inderdaad klappen op B- en C-locaties. Maar niet alleen A1-winkelgebieden blijven het goed doen. Ook wijkwinkelcentra en supermarkten renderen optimaal en zijn in trek bij beleggers. Voor buitenlandse retailers blijft Nederland een aantrekkelijke markt met lage winkelhuren en mogelijkheden om met nieuwe formules te experimenteren. Het huidige overschot aan winkels kunnen we pareren door geen nieuw aanbod te ontwikkelen. Alleen nieuwe winkels als we elders slecht aanbod aan de markt onttrekken, net als op de kantorenmarkt.'

Duurzame huisvesting geen prioriteit voor retailers

Retailers vinden bij hun locatiekeuze de passantenstroom en de bereikbaarheid duidelijk belangrijker dan duurzaamheid. Hierdoor is de vraag naar duurzaam vastgoed vanuit de retailers beperkt, zeker vergeleken met andere vastgoedsectoren, zoals bij kantoorgebruikers. Dat constateert Jones Lang LaSalle (JLL) in zijn Dutch Retail Market Bulletin 2011. In het rapport staan de resultaten van een gezamenlijk onderzoek van JLL en ING REIM onder bijna 800 retailers. De eigenaren van de panden hebben weinig mogelijkheden om duurzaamheidsmaatregelen te treffen, omdat winkels meestal casco worden verhuurd. De retailers op hun beurt worden niet aangemoedigd om duurzame huisvesting te huren, omdat consumenten daaraan minder waarde hechten dan aan een duurzaam assortiment. Een extra moeilijkheid is dat slechts de helft van de retailers bereid is informatie te delen over duurzaamheid. 'Hier valt dus nog een flinke slag te maken wat betreft samenwerking tussen retailers, beheerders en eigenaren', aldus Richard Dallinga, directeur Retail bij JLL Nederland. Ruben Langbroek, head of Research bij JLL Nederland, concludeert: 'De ontwikkeling van

duurzaam winkelvastgoed staat in Nederland duidelijk nog in de kinderschoenen. Bewustwording dat duurzaamheid van producten wordt bepaald door de hele keten, van inkoop en productie tot aan verkoop en gebruik, is van groot belang. Vanuit die visie en vanwege het feit dat vastgoed verantwoordelijk is voor zo'n 50 procent van de totale CO2-uitstoot, is het niet meer dan logisch ook winkelvastgoed te verduurzamen. Om dit te realiseren is samenwerking tussen betrokken partijen essentieel. Alleen op die manier is volgens ons het verduurzamingspotentieel van winkelvastgoed optimaal te benutten en levert het voor alle partijen voordelen op. Zowel wat betreft de operationele kosten, het imago van retailers, de aantrekkelijkheid van winkelpanden en -gebieden, als de waarde van het winkelvastgoed.'

Beleggingsvolume winkelvastgoed neemt af

Het volume van winkelvastgoedbeleggingen in Nederland blijft flink achter bij vorig jaar. In de eerste helft van 2010 kwam het totaal van investeringen in winkelvastgoed uit op 570 miljoen euro. In heel 2010 bedroeg dat volume 2,2 miljard euro. Dat meldt Jones Lang LaSalle in zijn Dutch Retail Market Bulletin 2011. 'Dat het beleggingsvolume in winkelvastgoed terugzakt, is vooral een gevolg van de relatief grote activiteit vorig jaar door de verkopen van belegger Unibail-Rodamco', aldus Ruben Langbroek, head of Research bij JLL Nederland. 'We zien nog altijd een grote interesse van zowel institutionele als particuliere partijen in Nederlands winkelvastgoed, vooral omdat de andere commerciële vastgoedsegmenten momenteel minder aantrekkelijke marktomstandigheden kennen. Toch zien we de verkoopprijzen voor winkelunits op A1-locaties momenteel stabiliseren. Er is sprake van een discrepantie tussen vraag en aanbod van kwalitatief goed winkelvastgoed dat is gevestigd op goede locaties, een goede uitstraling heeft en een groot verzorgingsgebied. Ook is de vraag vanuit

beleggers naar supermarkten aanhoudend hoog', vervolgt Langbroek. Op de gebruikersmarkten is het beeld niet overal gunstig. De detailhandelsomzet groeit in 2011 en 2012 marginaal, maar de online detailhandelsbestedingen stijgen dit jaar met 10 procent naar ruim 9 miljard euro. Retailers onderscheiden zich steeds sterker door eigen keuzes te maken in het combineren van verkopen via hun fysieke winkel en via internet (multichanneling). De vraag naar winkelruimte op A1-locaties is onverminderd groot in steden als Amsterdam, Den Haag en Rotterdam, terwijl het aanbod schaars is. Maar in kleine steden neemt de vraag duidelijk af. Bovendien loopt het verschil tussen A1-locaties en locaties in aanloopstraten in alle steden verder op en is er gemiddeld genomen sprake van toename van het aanbod aan winkelruimte, aldus JLL. De hoogste huur wordt betaald in de Kalverstraat in Amsterdam: 2.800 euro per vierkante meter winkelvloer per jaar.

Winkelcentra of -gebieden speciaal gericht op senioren bieden kansen

COLUMN

Ruud de Wit,
adviseur Vastgoedmarkt

Universitaire samenwerking met perspectief

In juli werd in de media onthuld dat de universiteiten van Leiden, Delft en Rotterdam fuseren. Uit reacties kan worden opgemaakt dat de fusie in september bij de opening van het academisch jaar officieel zal worden aangekondigd. Sijbolt Noorda, voorzitter van de universiteitenvereniging VSNU, heeft de plannen trouwens tegenover het NRC bevestigd, ook al wil hij het liever geen fusie noemen. 'Dat klinkt mij te veel naar bedrijfsovernames. Dit is het institutionaliseren van een samenwerking.'

Bij het lezen van dit bericht moest ik direct denken aan een bijeenkomst tijdens de Provada, die ik mocht leiden. Bij de presentatie van de plannen voor de Rotterdam Science Tower (de herontwikkeling van het voormalige kantoorgebouw Europoint IV) van belegger/ontwikkelaar Fortress was mij al duidelijk geworden dat een verregaande universitaire samenwerking tussen Leiden, Rotterdam en Delft een kwestie van tijd zou zijn. De drie sprekers op deze bijeenkomst – prof. dr. Eric Claasen (van Viroclinics), Nettie Buitelaar (directeur van het Leiden Bio Science Centre) en Ivo Wekenborg (senior director Rotterdam Investment Agency Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam) – gaven helder aan dat voor hen een intensievere universitaire samenwerking tussen deze drie universiteiten een vanzelfsprekendheid was, ook al spraken ze vooral over de noodzaak van een modern gemeenschappelijk universitair laboratorium- en onderzoeksruimte in Zuid-Holland. Daarom maakten deze drie sprekers zich ook sterk voor de Rotterdam Science Tower. Het bericht over de nieuwe intensieve universitaire samenwerking heeft weinig aandacht gekregen in de media. Toch zijn de gevolgen groot. Door de bundeling ontstaat de grootste academische instelling van Nederland, met 55.000 studenten, met campussen en instituten in Leiden, Delft, Rotterdam en Den Haag. Er werken in deze fusie-universiteit 11.500 academici en ondersteunende medewerkers, nog exclusief het personeel van de medische centra in Rotterdam en Leiden.

Afgezien van het prestige van deze nieuwe universiteit – die immers tot de absolute wereldtop zal behoren – betekent dit ook vanuit een vastgoedvisie een uitgelezen mogelijkheid om te voldoen aan nieuwe hoogwaardige onderwijs-, kantoor- en onderzoeksruimte (zoals de Rotterdam Science Tower). Ook kan er veel beter worden ingespeeld op de woonbehoeften van een nieuwe generatie studenten. Daarmee heeft de huidige universiteit van Leiden overigens net een begin gemaakt met de

aankondiging van de bouw van Leiden University College The Hague in het Anna van Buerengebouw achter station Den Haag Centraal, ik denk niet helemaal toeval-ig ook een ontwikkeling van Fortress. Naast collegezalen, gemeenschappelijke ruimten, een restaurant en op de begane grond horeca komen er in het Anna van Buerengebouw bijna 400 studentenkamers. In feite gaat het, als de universitaire fusie realiteit wordt, dus om een initiatief van vier dicht bij elkaar liggende steden in Zuid-Holland.

Na alle tevergeefse en geldverslindende pogingen van de vier grootste steden in Nederland (Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht) om tot een gemeenschappelijke vastgoedpresentatie en -beleid te komen, die ook indruk maken over de landgrenzen, is de nieuwe Universiteit Leiden (want zo gaat de nieuwe universiteit waarschijnlijk heten!) het bewijs dat het wel kan. De afgelopen jaren zijn de vier grote steden er niet in geslaagd om samen met een duidelijke strategie te komen als hoogst aantrekkelijk vestigingsgebied voor het internationale bedrijfsleven. Wie op een vastgoedbeurs als de Mipim 'steden' als Groot Parijs en Groot Londen ziet opereren als een geheel (waarbij marktpartijen nauw samenwerken met de overheden), weet waarom 'wij' er niet in zijn geslaagd de Zuidas als internationale toplocatie op de kaart te zetten.

Maar het is nog niet te laat, blijkt uit het universitaire initiatief in Zuid-Holland. En dat is goed nieuws voor de Nederlandse vastgoedsector. Een nieuwe centrale campus, bijvoorbeeld, ergens tussen de vier betrokken steden zou zo maar eens noodzakelijk kunnen worden. In ieder geval iets voor een paar nu kwakkelende grote ontwikkelaars om samen met de bestuurders van de fusie-universiteit, de betrokken steden en de provincie aan tafel te gaan zitten. Misschien dat op deze manier de hele vastgoedontwikkelingssector in Nederland weer voldoende inspiratie kan vinden om de weg naar boven te vinden. Wachten totdat Nederland in 2028 de Olympische Spelen krijgt toegewezen, lijkt me iets te risicovol en te veel een ver-van-mijn-bedshow.

REACTIES NAAR
r.d.wit@sdu.nl



Illustratie: Hans Sprangers