

Hoe populair is Nederland bij winkelbeleggers?

27-07-2017 12:32



De jaren 2015 en 2016 zullen in retailland vooral worden herinnerd om hun faillissementen van grote retailers. Ook dit jaar is de ellende nog niet helemaal achter de rug, getuige het bankroet van Witteveen Mode deze week. Maar de tendens lijkt aanmerkelijk positiever. Dat blijkt ook wel uit het vertrouwen dat zowel Nederlandse als internationale winkelvastgoedbeleggers hebben uitgesproken in Nederland als investeringsland. Buitenlandse investeerders noemen ons land zelfs als een van hun favoriete investeringslanden. Waarom is de Nederlandse markt zo interessant?

2016 was een recordjaar voor de Nederlandse vastgoedmarkt. Beleggers staken zelfs meer geld in commercieel vastgoed dan in het topjaar 2007, het jaar voordat de crisis uitbrak en de 'vastgoedzeepbel' uiteenspatte. 13,5 miljard euro ging er in kantoren, hotels en ook winkels. Maar waar in bijna alle afzonderlijke categorieën de investeringen fors omhoog gingen, vormden retailpanden een uitzondering. Werd in 2015 nog een recordbedrag van bijna 2,8 miljard euro in Nederlandse winkelpanden gestoken, een jaar later was dat ruim een miljard minder, bleek uit cijfers van CBRE. Een ontwikkeling die de vastgoedadviseur niet had zien aankomen, gezien de trend van stijgend consumentenvertrouwen, hogere bestedingen en een aantrekkende economie. Maar de onstabiele retailmarkt, met vele faillissementen van grote spelers, bleek van grotere invloed. In plaats van dergelijke 'risicovolle investeringen', kiezen beleggers volgens CBRE liever voor 'hoogwaardig vastgoed dat profiteert van de economische groei'.

De tegenvaller van vorig jaar weerhoudt CBRE er niet van voor 2017 opnieuw positieve verwachtingen uit te

spreken. In een onderzoek naar de Nederlandse vastgoedmarkt stelt de vastgoedadviseur dat dit het jaar is van de wederopstanding. 'De grote storm – in termen van faillissementen – is achter de rug', schrijven de onderzoekers. Dat komt volgens het rapport doordat het retailers steeds beter lukt zich aan te passen aan veranderende marktomstandigheden. 'Terwijl de traditionele verkoop- en distributiefunctie van fysieke winkels geleidelijk aan relevantie verliest door toedoen van e-commerce, verschuift de focus naar merkidentiteit en marketing'. Hoewel de functie verandert, verdwijnt het vertrouwen van retailers in de waarde van fysieke locaties niet, constateert CBRE. 'Luxeretailers zien die als een must-have voor flagshipstores en om hun merk te laden'. Die nieuwe functie blijkt volgens het rapport ook uit de trend waarbij steeds meer pure online players een fysieke locatie willen om een groter publiek te bereiken.

C&A en HEMA

Het vertrouwen dat retailers zelf in de Nederlandse winkelmarkt hebben is voor vastgoedeigenaren een belangrijk signaal. Niet voor niets is Wereldhave erg te spreken over de plannen die toonaangevende Nederlandse ketens als C&A en HEMA, beide ook sterk internationaal gefocust, in eigen land hebben. HEMA heeft in het buitenland succes met zijn Worlds-concept, en rolt dat nu in hoog tempo uit in Nederland. C&A gebruikte België en Duitsland als proeftuin voor een nieuw jasje, en gaat als vervolg daarop ook zijn Nederlandse vestigingen 'grondig verbouwen'. "We hebben er goede verwachtingen van", zegt Wereldhave-topman Dirk Anbeek in [De Financiële Telegraaf](#). "Het is positief dat ze bereid zijn in Nederland te investeren. Als ze hadden gedacht: het blijft slecht, dan ga je geen winkels ombouwen."

Minder positief gestemd is Unibail-Rodamco, voor wie het Nederlandse winkelvastgoed een zorgenkindje blijft. Alleen in ons land daalden de huurinkomsten van het Frans-Nederlandse concern in het eerste half jaar, dat onder meer Stadshart Amstelveen en Zoetermeer bezit. Waar CBRE ziet dat retailers zich steeds beter aanpassen, is daar volgens Unibail-cfo Jaap Tonckens nog weinig van te merken. "De manier waarop in Nederland retail wordt bedreven is minder ver ontwikkeld dan in andere landen", stelt hij in [Het Financieele Dagblad](#). Begin dit jaar [haalde hij al uit](#) naar retailers die slecht bleven presteren bij een aantrekkelijke markt. "Als bedrijven slecht presteren willen wij het huurcontract op kunnen zeggen", voegt hij daar nu aan toe. Toch sluit Tonckens met een positieve noot af: ook hij ziet dat het langzaam steeds beter gaat. "Ik hoop dat we aan het einde van dit jaar ook in Nederland stijgende huurinkomsten kunnen laten zien."

Nieuwe impuls

Buitenlandse beleggers lijken aanmerkelijk minder sceptisch. Tussen grote landen als Frankrijk, Spanje en Duitsland wordt ook Nederland genoemd tot favoriete landen om in retail te investeren. Dit jaar doen ze dat voor in totaal ruim 1,1 miljard euro, blijkt uit onderzoek van vastgoedadviseur Capital Value onder dertig grote buitenlandse investeerders. Ook hier geldt weer dat het positivisme aansluit bij de kijk die retailers zelf op de fysieke winkelmarkt hebben. Van de honderd retailers die Capital Value ook in zijn onderzoek meenam, goed voor 2300 winkels in Nederland, bleek dat 35 procent dit jaar een toename in het aantal vestigingen verwacht. Slechts zeventien procent gaf aan een of meerdere winkels te willen sluiten. "Het is mooi om te zien dat zowel winkeliers als buitenlandse beleggers positiever zijn over de ontwikkelingen op de winkelmarkt", reageert Capital Value-directeur Marijn Snijders. Na een neergaande lijn met faillissementen en toenemende leegstand ziet hij steeds meer nieuwe initiatieven ontstaan in de winkelstraten. "Met name de demografische groei, de trek naar de steden, de economische groei en het beschikbare kapitaal kunnen ertoe bijdragen dat er een nieuwe impuls komt aan de ontwikkeling van de binnensteden in Nederland."

Uit het CBRE-onderzoek 'How active are retailers in EMEA' blijkt Nederland bovendien niet alleen populair bij buitenlandse beleggers, maar ook bij internationale retailers. Na het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Duitsland en luxe-oord Verenigde Arabische Emiraten komt ons land als top vijf 'targeting market' naar voren, een plek die we moeten delen met Spanje. En dat betekent dat die landen op nieuwe vestigingen van die retailers kunnen rekenen. Zeventig procent wil eind dit jaar één tot tien nieuwe winkels in zijn kernmarkten geopend hebben,

veertien procent zelfs veertig of meer.

Het enthousiasme van zowel internationale retailers als beleggers hebben één ding gemeen. Het gaat zonder uitzondering over toplocaties. Illustratief is [de entree van het Belgische Orf City Retail](#) in mei van dit jaar. De vastgoedeigenaar kocht vijf panden in evenzoveel steden, met een totale waarde van bijna 29 miljoen euro. 'Premium panden', wel te verstaan: A-locaties in grote steden als Maastricht, Nijmegen en Zwolle. Uiteindelijk wil het Belgische concern naar twintig grote steden in ons land. Enkele maanden daarvoor maakte het Nederlandse NSI juist bekend al zijn winkelvastgoed van de hand te willen doen. Naast winkelcentrum Zuidplein in Rotterdam, heeft het in Hoofddorp gevestigde fonds vooral kleinere winkelcentra, verspreid over het hele land. Die spreiding en de relatief lage waarde zijn onvoldoende om relevant en concurrerend te blijven, stelt ceo Bernd Stahli in [Het Financieele Dagblad](#). Een eerste deel van zijn winkelportefeuille, ter waarde van 74 miljoen euro, wist NSI begin deze maand te slijten. De ontwikkeling sluit aan bij wat CBRE vaststelde in zijn recente onderzoek naar het beleggingsklimaat in Nederland: de strijd om toplocaties zal verharder en het gat met de minder prominente plekken zal blijven groeien.

Krimp zonder kramp in retail op 19 september in Amsterdam

Hoe maak je sterke winkelgebieden nog sterker? Hoe revitaliseer je zwakke winkelgebieden, hoe maak je ze compacter of transformeer je ze naar andere functies? Anders gezegd, hoe organiseer je de krimp zo dat iedereen er beter van wordt? Hoor het tijdens het event Krimp zonder kramp in retail, dat op 19 september wordt gehouden in Amsterdam. [Klik hier voor meer informatie en aanmelding](#).

Amnon Vogel