

Winkelruimtemarkt Nederland – 4e kwartaal 2018

De omzet (ongecorrigeerd) van de detailhandel is in het vierde kwartaal met 3,4% gestegen ten opzichte van het voorgaande jaar. De volumes stegen met 2,5%. De omzet van de food winkels steeg met 3,3%. De omzetstijging van non-food winkels was 2,3% ten opzichte van het vierde kwartaal in 2017. Vooral dankzij hogere omzetten bij winkels in doe-het-zelfartikelen (+9,2%), winkels in meubels en woninginrichting (+2,7%), bouwmarkten (+2,5%) en kledingwinkels (+2,1%).

Speelgoedwinkels (-13,4%)ervaarden een zeer slecht kwartaal. Mede het gevolg van de hard stijgende onlineverkopen. De omzetontwikkeling van deze onlineverkopen steeg in het vierde kwartaal met maar liefst 17,8%. Medio februari werd bekend dat de grootste speelgoedketen van Nederland, Intertoys, als gevolg van de zware marktomstandigheden, uitstel van betaling heeft aangevraagd. Gemeten over het hele jaar, steeg de omzet van de detailhandel met 3,3%.

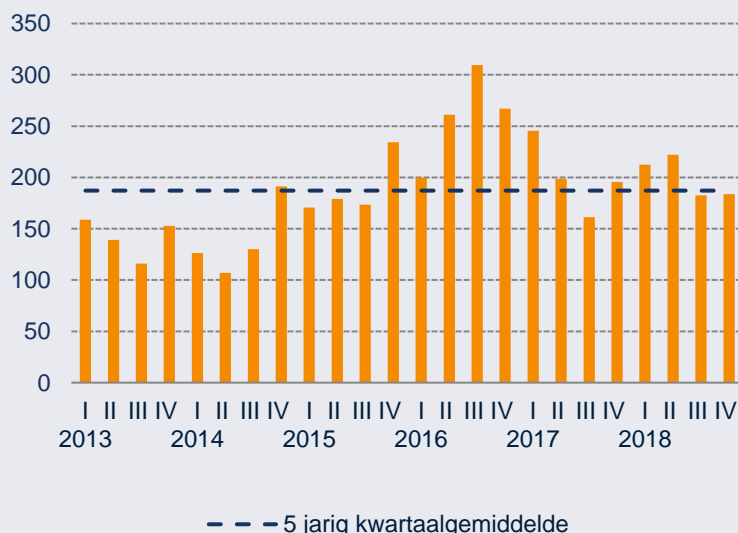
De omzet van food winkels steeg met 3,2%. Met name supermarkten zetten meer om (+3,8%), terwijl de omzet van de speciaalzaken een fractie kromp (-0,4%). De omzet van non-food winkels steeg met 1,7%.

Opname

In het vierde kwartaal van 2018 werd er in totaal 183.900 m² aan winkelruimte opgenomen. Hiermee ligt het opnameniveau bijna gelijk aan het opnameniveau van het derde kwartaal (182.500 m²). Gemeten over heel 2018 werd er circa 801.000 m² winkelruimte opgenomen. Over het hele jaar bekeken kan geconcludeerd worden dat de opnameniveaus van 2017 en 2018 dicht bij elkaar liggen (2017: 801.200 m²).

In het vierde kwartaal werd er slechts 22.700 m² winkelruimte in winkelcentra opgenomen, een daling van ruim 40% ten opzichte van het vorige kwartaal. De opname van winkelruimte in de winkelstraten steeg met circa 22% naar 116.100 m². De opname van GDV/PDV kende een stijging van 23% en steeg tot 32.500 m². De opname in supermarkt vastgoed was gedurende het vierde kwartaal 9.715 m² en bleef zodoende bijna gelijk aan het voorgaande kwartaal (2018 KW3: 9.350 m²).

Opname winkelruimte per kwartaal (x 1.000 m²)



Bron: Troostwijk Research

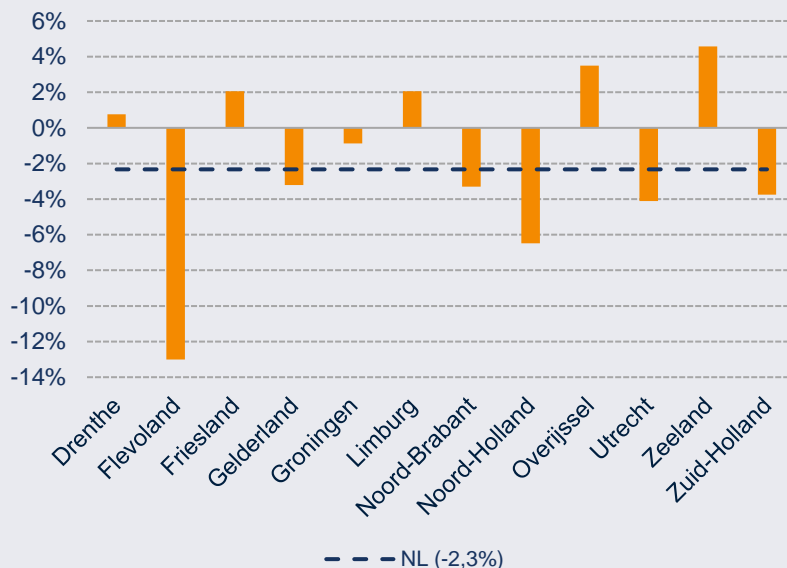
Winkelruimtemarkt Nederland – 4e kwartaal 2018

Aanbod

Het landelijk aanbod is (gemeten naar aantal verkooppunten) in het vierde kwartaal gestegen met 1,8%. In totaal stond er aan het eind van het vierde kwartaal ruim 2,04 miljoen m² winkelruimte te huur of te koop, verdeeld over circa 6.396 verkooppunten.

De leegstand gemeten naar aantal verkooppunten daalde van 6,7% naar 6,5%. Gemeten naar aantal vierkante meters stond in het vierde kwartaal circa 6,7% van de voorraad te koop of te huur.

De leegstand gemeten naar aantal verkooppunten liet een wisselend beeld zien op provincieniveau. De sterkste afname van leegstand was te vinden in de provincie Gelderland (-7,4%), gevolgd door de provincie Noord-Holland (-5,0%). De provincies Limburg (+16,3%) en Overijssel (+13,0%) zagen de leegstand het sterkst oplopen.

Verandering leegstand* winkelruimte (kw4 vs kw3)

Bron: Realworks, bewerking Troostwijk Research

* gemeten naar aantal verkooppunten dat in aanbod staat

Gemeten naar vierkante meters werd de grootste daling in de provincie Gelderland (-9,4%) gemeten. De grootste stijging werd in de provincie Flevoland (+28,3%) gemeten. Daarnaast zag ook de provincie Utrecht (+16,1%) het aantal beschikbare vierkante meters flink toenemen. De grote stijging van het aantal leegstaande winkelunits in Limburg en Overijssel resulteerde niet in een zelfde stijging van het aantal vierkante meters. In Limburg steeg het aantal leegstaande vierkante meters met 4,8% en in Overijssel met 6%.

Huurprijzen

De geregistreerde huurprijzen liepen in het vierde kwartaal van 2018 uiteen van € 50 per m² tot € 857 per m². De gemiddelde gerealiseerde huurprijs (exclusief GDV/PDV) kwam in het vierde kwartaal van 2018 uit op € 185 per m². Dit is iets hoger dan in het tweede kwartaal, toen de gemiddelde huurprijs op € 184 per m² lag.

De gemiddelde gerealiseerde huurprijs voor winkelunits in winkelcentra bedroeg in het vierde kwartaal € 204,30 per m². Ook dit is iets hoger dan in het derde kwartaal toen de gemiddelde huurprijs op € 203 per m² lag.

Winkelruimtemarkt Nederland – 4e kwartaal 2018

Hoogste geregistreerde huurprijzen 4e kwartaal

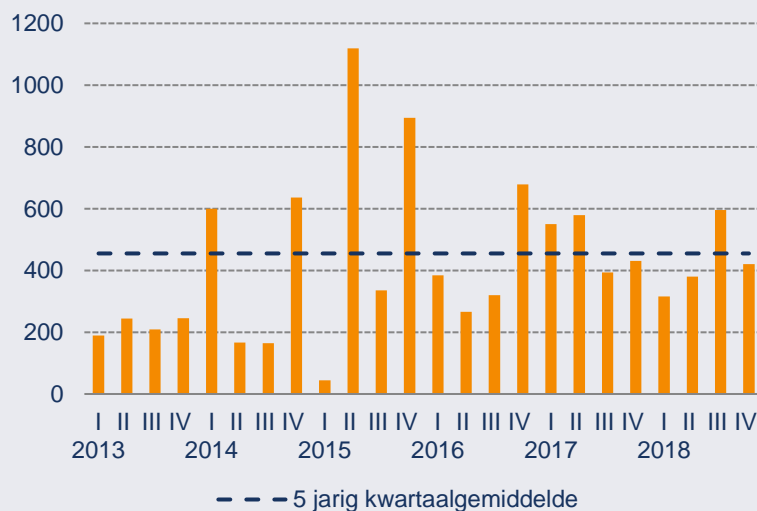
Locatie	Prijs per m ²
Amsterdam, Nieuwe Spiegelstraat	€ 857,--
Haarlem, Barteljorisstraat	€ 625,--
Enschede, Klanderij	€ 625,--
Amsterdam, Ceintuurbaan	€ 603,--
Laren nh, Nieuweweg	€ 505,--

Bron: Troostwijk Research

Beleggingsmarkt

In het vierde kwartaal van 2018 werd naar schatting zo'n € 421 miljoen in winkelvastgoed belegd. Dit is 30% minder dan in het derde kwartaal toen er ruim € 595 miljoen in winkelvastgoed werd belegd. Het relatief lage beleggingsvolume in het vierde kwartaal wordt enerzijds veroorzaakt door een gebrek aan goede beleggings-mogelijkheden en anderzijds de marktomstandigheden die beleggers voorzichtiger maken. Dit gegeven is ook op jaarbasis van invloed. Het totale beleggingsvolume kwam in 2018 ruim 12% lager uit dan het voorgaande jaar. Met name het eerste halfjaar van 2018 kwam fors lager uit (-40%).

Grootste aankoop in het vierde kwartaal betrof de aankoop van winkelcentrum Maxis in Muiden door een joint venture tussen Cairn Real Estate en Angelo Gordon. Deze betaalde voor het winkelcentrum van circa 22.500 m² met in totaal 25 winkels, een bedrag van € 64 miljoen euro aan de verkopende partij, Highbrook Investors. Een andere grote aankoop betrof The Wall in Utrecht. Urban Interest en Built to Build Vastgoed betaalden circa € 50 miljoen euro voor het 65.000 m² grote object. De grootste aankoop van een "high street" winkel betrof de aankoop van het architectonische winkelpand aan de Heuvelstraat 41 in Tilburg. Beleggingsmaatschappij van Haren betaalde ruim € 9,5 miljoen voor het pand van Gimbrère. Kledingzaak van Uffelen wordt de nieuwe huurder.

Beleggingen in winkels* per kwartaal (in € mln)

Bron: Troostwijk Research

* Exclusief beleggingen in multifunctionele complexen

Aanvangsrendementen

De bandbreedtes van de bruto aanvangs-rendementen zijn ten opzichte van vorig kwartaal niet noemenswaardig gewijzigd. De bruto aanvangsrendementen voor *prime* objecten op *prime* locaties lagen binnen de bandbreedte van het derde kwartaal. Hetzelfde geldt voor winkelcentra, supermarkten en de GDV/PDV-objecten.



Winkelruimtemarkt Nederland – 4e kwartaal 2018

BAR (k.k.) naar type winkelruimte

Type winkelruimte	Locatie	KW4 2018	
		Laag	Hoog
Winkelpanden	A-locaties	4,0%	7,5%
	B/C	7,0%	12,0%
Winkelcentra		5,5%	11,0%
Supermarkten		6,5%	8,0%
GDV/PDV		7,5%	10,5%

Bron: Troostwijk Research

Toekomstverwachting

Geconcludeerd kan worden dat met groeipercentages van 2,9% in 2017 en 2,5% in 2018 de piek in de economische groei achter ons ligt. Desalniettemin, is de verwachting dat er ook volgend jaar sprake gaat zijn van een “stevige” groei van circa 2,2% (CPB, decemberraming 2018). Deze groei in combinatie met wederom een dalende werkloosheid zorgt ervoor dat de gunstige conjuncturele ontwikkelingen aanhouden. Deze wordt ondersteund door de aanhoudende lage rentes en een stimulerend begrotingsbeleid.

In 2018 daalde de werkloosheid naar gemiddeld 3,9% over het gehele jaar. De verwachting is dat de werkloosheid in 2019 op gemiddeld 3,6% zal uitkomen. Belangrijkste bedreigingen voor de Nederlandse economie zijn het Amerikaanse handelsbeleid, de Brexit en de onrust in het eurogebied. Gezien het geringe politieke draagvlak in het Verenigd Koninkrijk voor het recent voorgestelde Brexit-akkoord, bestaat er momenteel nog steeds een kans dat het uitloopt op een no-deal-Brexit. Toch is de verwachting dat de Europese Unie en het Verenigd Koninkrijk het eens gaan worden over een overgangsregeling van de clearing van derivaten, wat de risico's voor de financiële sector van een chaotische Brexit beperkt. Ook de maatschappelijke en politieke onrust in andere landen van de Europese Unie, denk hierbij aan de gele-hesjesdemonstraties in Frankrijk en de onzekere gevolgen van oplopende begrotingstekorten in zowel Frankrijk als Italië kunnen van invloed zijn op de Nederlandse economie.

Op nationaal niveau blijft er het risico van een omslag op de woningmarkt. Daarnaast zal de krapte op de arbeidsmarkt verder toenemen. In verscheidene sectoren wordt het steeds lastiger om voldoende personeel te vinden. De aanhoudende krapte op de arbeidsmarkt gaat samen met een verdere toename van het aantal vaste contracten en stijgende reële lonen. Door de hogere werkgelegenheid en stijgende lonen hebben huishoudens meer te besteden. De gunstige economische situatie geeft consumenten meer vertrouwen, wat de koopbereidheid stimuleert. De verwachting is dat de koopkracht in 2019 sterker (+1,6%) stijgt dan in 2018 (+ 0,3%). De vooruitzichten voor de detailhandelssector zijn dus positief. Toch blijven er zorgen voor grote delen in de detailhandelssector. Digitalisering, veranderend klantgedrag en toenemende concurrentie spelen hierbij een belangrijke rol.

De online omzet (+18%) stijgt fors harder dan de traditionele omzet van de fysieke winkels en mede door de vergrijzing neemt het draagvlak voor fysieke winkels in toenemende mate af. In de tussentijd zijn de eisen die consumenten stellen aan fysieke winkels veranderd. Gestuwd wordt op minder, maar betere winkels, in compactere en relevantere winkelgebieden. Het lijkt er dan ook op dat bestaande winkels en winkelgebieden een kwalitatief probleem hebben. Ondanks een afname in het aantal faillissementen uitgesproken in 2018 lijken toch veel winkelketens het moeilijk te hebben. Winkels als bijvoorbeeld Blokker hebben er moeite mee om aansluiting te vinden bij het grote publiek en hebben moeite met het inspelen op de structurele veranderingen die plaatsvinden.

Gekeken naar winkelgebieden kan worden geconcludeerd dat met name de middelgrote winkelgebieden het moeilijk hebben. De consument beweegt zich enerzijds naar de lokale buurt en wijkwinkelgebieden met een sterk winkelaanbod die voorziet in de dagelijkse behoeften, anderzijds zijn zij op zoek naar de winkelgebieden die een beleving bieden. Denk hierbij aan winkelgebieden die inspireren en welke een combinatie van winkelen, ontspannen en activiteiten te bieden heeft.



Winkelruimtemarkt Nederland – 4e kwartaal 2018

De winkelstraat blijft dus kwetsbaar. Toch is er ook een omgekeerde tendens zichtbaar waarbij online en offline steeds meer met elkaar verweven lijken te raken. Retailers die van origine enkel online actief zijn, hebben afgelopen jaren ook fysieke winkels geopend. Coolblue is hier een voorbeeld van. Door het openen van een fysieke winkel probeert de retailer de consumenten de mogelijkheid te geven om hun producten op verschillende manieren te kopen en zodoende hun marktaandeel te vergroten. De tweedeling die zichtbaar is bij het winkelende publiek vertaalt zich door naar de interesse van beleggers. Zij zullen zich blijven concentreren op winkelvastgoed op de A-locatie in binnensteden van de grotere steden en de betere winkelcentra. Echter, door het gebrek aan deze kwalitatief goede beleggingsmogelijkheden zijn beleggers weer actiever in de secundaire winkelmarkt. Daarbij stellen ze wel hogere rendementseisen.

Vooruitblik 2019

	Aanbod	Opname	Huur	Beleggingsvolume	BAR
Hoofdwinkelcentra	→/↘	→/↗	→	→	→/↘
Wijkwinkelcentra	→	→	→	→	→
A-locaties	→/↘	→/↗	→	→	→/↘
B- en C-locaties	→	→	→/↘	→/↗	→
Supermarkten	→/↘	→	→	→/↗	→/↘
GDV/PDV	→	↗	→	→	→

