

Stabilisatie winkelleegstand

Goed nieuws? En voor wie?

De laatste tijd horen we steeds vaker geluiden dat het wel meevalt met de winkelleegstand. Het aantal leegstaande verkooppunten lijkt zelfs te stabiliseren¹. Op zich een mooi gegeven. De vraag is alleen wat dit betekent en voor wie. De indruk ontstaat dat de stabilisatie van de winkelleegstand goed nieuws is voor de Nederlandse winkelgebieden en de daar gevestigde detailhandel. Terwijl de gevestigde detailhandel vandaag de dag nog steeds te maken heeft met dalende verkoopcijfers. Reden om eens wat dieper in te gaan op het fenomeen winkelleegstand. Wat zegt winkelleegstand nou eigenlijk? En welke conclusies kunnen we verbinden aan een stabilisatie van winkelleegstand?

Winkelpanden vaker andere invulling

Het feit dat de winkelleegstand stabiliseert² wil niet zeggen dat ook het aantal winkels stabiliseert. In tegendeel: het aantal winkels loopt al jaren terug en zal dit waarschijnlijk ook blijven doen. De leegstand stabiliseert vooral doordat voormalige winkels een andere functie krijgen, zoals die van massagesalon of nagelstudio. Ook krijgen leegstaande winkelpanden steeds vaker een tijdelijke invulling als pop up-store, galerie of pilot-vestiging voor startende ondernemers. Daarnaast is er sprake van transitie van leegstaande panden tot woning, kantoor- of bedrijfs-

ruimte. Stabilisatie van de winkelleegstand betekent dus niet dat de (afnemende) vraag naar winkelruimte stabiliseert, maar dat voormalige winkelruimte vaker een nieuwe (alternatieve) invulling krijgt.

Wie is gebaat bij afnemende winkelleegstand?

De invulling van winkelvastgoed is grofweg voor drie partijen relevant: de gemeente, de vastgoedeigenaar en de retailer. De *gemeente* is gebaat bij zo weinig mogelijk leegstand vanwege de leefbaarheid in een winkelgebied. Leegstand kan leiden tot verloedering en een gevoel van onveiligheid bij de bezoekers. Gemeenten zullen daarom vaak blij zijn als de winkelleegstand door een alternatieve invulling van de winkelpanden afneemt. Anderzijds is het de vraag wat een andere functie betekent voor de WOZ-waarde van het pand en daarmee de OZB-inkomsten van de gemeente. Een andere invulling betekent vaak een lagere waardering van het vastgoed en daarmee ook minder inkomsten bij de gemeente. Al zal die gemeente ook blij zijn met de gebruikersbelasting die kan worden geheven op het moment dat een pand weer wordt ingevuld.

En hoe zit het met de vastgoedeigenaar?

Ook de *vastgoedeigenaar* kan een dubbel gevoel hebben bij de afname van winkelleegstand. De afnemende vraag naar winkelruimten heeft voor de vastgoedeigenaar namelijk vooral een prijsdrukkend effect. Om het vastgoed toch te verhuren (en daarmee de leegstand teniet te doen) zijn

¹ Bron: Locatus, 2012.

² In hoeverre dit werkelijk het geval is onduidelijk: Locatus spreekt van stabilisatie, NVM constateert nog altijd een toename van de winkelleegstand.

eigenaren vaak genoodzaakt om de huren te verlagen. Dat dit ook gebeurt, blijkt uit de sterke afname van huurprijzen in het afgelopen jaar (zie tabel 1). Ook de toename van massagesalons en nagelstudio's in winkelgebieden illustreert dit: dit type voorzieningen kan zich met de verlaagde huurprijzen gemakkelijker in winkelcentra vestigen dan voorheen.

Bij structurele leegstand zal een vastgoedeigenaar bovendien vaker het pand moeten transformeren om het geschikt te maken voor andere functies dan voorheen. Naast de hiermee gepaard gaande kosten, zijn de opbrengsten voor de vastgoedeigenaar bij een andere functie vaak lager. Voor kantoren en bedrijfsruimten ligt de gemiddelde huurprijs ver onder het niveau van die van winkels (zie tabel 1).

Tabel 1: Ontwikkeling gemiddelde huurprijzen per m2 in Nederland

	2012-Q2	t.o.v. 2011-Q2
Winkels	€ 169,-	-7,2%
Kantoren	€ 127,-	-5,5%
Bedrijfsruimte	€ 62,-	-5,8%

Bron: Calcasa, PropertyNL

Anderzijds levert blijvende leegstand een vastgoedeigenaar ook niets op. Op een gegeven moment zal hij daarom zijn huurprijzen moeten verlagen en/of moeten overgaan tot transformatie om daarmee weer inkomsten te genereren. Maar of een stabilisatie van de winkelleegstand door vastgoedeigenaren dus louter positief wordt ervaren, is de vraag. Belangrijker voor hen is de ontwikkeling van de vraag naar winkelruimte. En zoals wij eerder al hebben berekend, zorgen veranderingen in de bevolkingsontwikkeling en het toenemend internetgebruik van con-

sumenten op de lange termijn voor een (sterke) afname van die vraag.³

En is de stabilisatie goed nieuws voor de retailer?

Het nieuws over de stabilisatie van de winkelleegstand heeft nog de minste betekenis voor *retailers*. Natuurlijk zal een winkelier blij zijn als een leegstaand winkelpand in de directe omgeving van zijn bedrijf weer wordt ingevuld. Leegstand gaat immers ten koste van de kwaliteit van het winkelgebied en dat is laatste wat hij wil. Maar voor winkeliers betekent een invulling met bijvoorbeeld een massagesalon, kantoor of woning, minder bezoekers in de straat dan voorheen. Minder bezoekers leidt in het algemeen tot minder bestedingen en daarmee een omzet die verder onder druk komt te staan.

De omzetcijfers in de detailhandel geven duidelijk aan dat hier zeker nog geen sprake is van stabilisatie. In de fysieke foodwinkels nam de omzet het afgelopen jaar nog met 1,3% toe, maar in de fysieke non-food winkels nam de omzet met 4,7% af.⁴ Tegelijkertijd nam bij postorder- en internetbedrijven⁵ de omzet met 7,2% toe. Dat de situatie bij veel detaillisten nijpend is, blijkt ook uit een recent nieuwsbericht in het AD, waarin de voorzitter van MKB

³ Zie voor meer informatie onze factsheets "Winkelleegstand in 2020" & "Veranderingen in koopgedrag vragen om ander winkelaanbod".

⁴ Bron: CBS Statline (Omzetonwikkeling tussen 2011-Q2 en 2012-Q2).

⁵ Door het CBS gedefinieerd als de bedrijven waarbij de goederen voornamelijk via postorder en internet aan de consument worden verkocht. Dit is dus exclusief de omzet van reguliere (fysieke) winkelbedrijven via internet.

Nederland Hans Biesheuvel aangeeft dat bijna de helft van de Nederlandse winkels op dit moment in financiële problemen verkeert.⁶

Conclusie

Waar de stabilisatie van winkelleegstand goed nieuws lijkt te zijn voor de Nederlandse winkelgebieden, is de praktijk dus weerbarstig. Stabilisatie van de winkelleegstand betekent namelijk niet automatisch dat het beter gaat met de detailhandel. Belangrijker is om in deze context de vraag naar fysieke winkelruimte te analyseren. Ons eerdere onderzoek in de G4 en de G32 heeft duidelijk gemaakt dat die vraag in veel gebieden structureel op een lager niveau zal liggen.⁷

Hoe om te gaan met minder vraag naar winkelruimte?

Om de negatieve gevolgen van de afnemende vraag naar winkelruimte te beperken zullen gemeenten, vastgoedeigenaren en retailers de handen ineen moeten slaan. Actief leegstandsbeleid is nodig om de succesvolle retailers te ondersteunen. Zij zijn gebaat bij zo veel mogelijk consumenten in de directe omgeving van hun onderneming en daarom is het belangrijk om commerciële voorzieningen (winkels, horeca, leisure, maar ook cultuur) ruimtelijk zo veel mogelijk te concentreren.

Voor vastgoedeigenaren is het verder van belang om een goede balans te vinden tussen enerzijds tijdig de functie van een winkelpand te veranderen (herbestemmen en/of transformeren) en anderzijds niet te vroeg de winkelbestemming op te geven. De wijze waarop zij kunnen/moeten omgaan met de winkelleegstand, verschilt dan ook per locatie.

Gemeenten tenslotte zullen zich niet enkel moeten richten op de korte termijn: ofwel het zo snel mogelijk invullen van een leegstaand winkelpand. Een goede lange termijn visie op waar wel en waar geen winkelpanden zijn gewenst, is noodzakelijk om de leegstand in een gemeente als geheel zo veel mogelijk te beperken. En dat dit voor een gemeente van belang is, blijkt alleen al uit de jaarlijkse OZB-inkomsten. Maar ook voor een goede leefbaarheid is het (structureel) minimaliseren van leegstand van groot belang.

Roots Beleidsadvies en AnalyZus als betrouwbare kennispartner

Samen werken Roots Beleidsadvies en AnalyZus aan gerichte oplossingen voor winkelleegstand. Op het gebied van retail adviseren wij overheden, vastgoedeigenaren, projectontwikkelaars en ondernemers. Bent u benieuwd wat wij voor u kunnen betekenen? Neem dan contact met ons op via de onderstaande contactgegevens.

⁶ AD (22-9-2012), Helft winkeliers in financiële nood.

⁷ Zie voor meer informatie onze factsheets "Winkelleegstand in 2020" & "Veranderingen in koopgedrag vragen om ander winkelaanbod".

Contactgegevens

AnalyZus	Roots Beleidsadvies
Marie-Louise Stamsnieder-Mensen	Gilbert Bal
E: info@analyzus.nl	E: info@rootsadvies.nl
T: 06 199 39 822	T: 06 471 463 66
W: www.analyzus.nl	W: www.rootsadvies.nl