



Colliers
INTERNATIONAL

EXPERTS OP DE TOEKOMST VAN VASTGOED

WIJKWINKELCENTRA IN NEDERLAND

JANUARI 2020

BEPALEN SUCCES WIJKWINKELCENTRA



WINKELS MET
DAGELIJKSE
PRODUCTEN



- > AANTAL, OMVANG EN SAMENSTELLING FLINK VERANDERD
- > KAPPERS EN MASSAGESALONS WINNAARS
- > VIDEOTHEKEN EN BANKFILIALEN GROOTSTE DALERS
- > ACHT OP DE TIEN CENTRA PRESTEREN GOED
- > BIJ 34 CENTRA ZIJN GROTE AANPASSINGEN NODIG

WIJKWINKELCENTRA HEBBEN IN DE AFGELOPEN VIJFTIEN JAAR EEN GROTE TRANSFORMATIE ONDERGAAN. HOE ZAG HET WIJKWINKELCENTRUM ER UIT IN 2004 EN HOE IS DAT NU? WAT BEPAALT OF EEN WIJKCENTRUM SUCCESVOL IS? HOE PRESTEREN WIJKWINKELCENTRA EN HOE ZIET DE TOEKOMST ER VOOR ZE UIT?

Sinds 2004 is het aantal wijkwinkelcentra met ongeveer 6,6% toegenomen. Waren er in die tijd nog 593 van dit soort winkelgebieden, inmiddels staat de teller op 632. Dat zijn er bijna veertig meer. Deze toename lijkt veel, maar is vrijwel gelijk aan de bevolkingsgroei in deze periode. De stijging is daarmee dus vrij beperkt gebleven.

De gemiddelde oppervlakte per centrum groeide in diezelfde periode wel flink: van 3.360 m² naar 4.080 m², oftewel met één vijfde. Dit komt vooral doordat supermarkten steeds groter zijn geworden om de consument beter te bedienen. Zo gaven zij maar liefst 50% meer uit aan boodschappen sinds 2004

en besteden zij er nu gemiddeld bijna 2.300 euro per persoon per jaar. Hiervan wordt nog steeds meer dan 95% uitgegeven in de winkel, in tegenstelling tot veel andere branches waar mensen veel meer producten online kopen.

KLEIN WIJKWINKELCENTRUM:

522 IN NEDERLAND

Vijf tot tien winkels en twee of meer supermarkten of tien tot 25 winkels in de detailhandel.

GROOT WIJKWINKELCENTRUM:

110 IN NEDERLAND

25 tot 50 winkels in het gebied en geen onderdeel van de binnenstad of het hoofdwinkelcentrum.

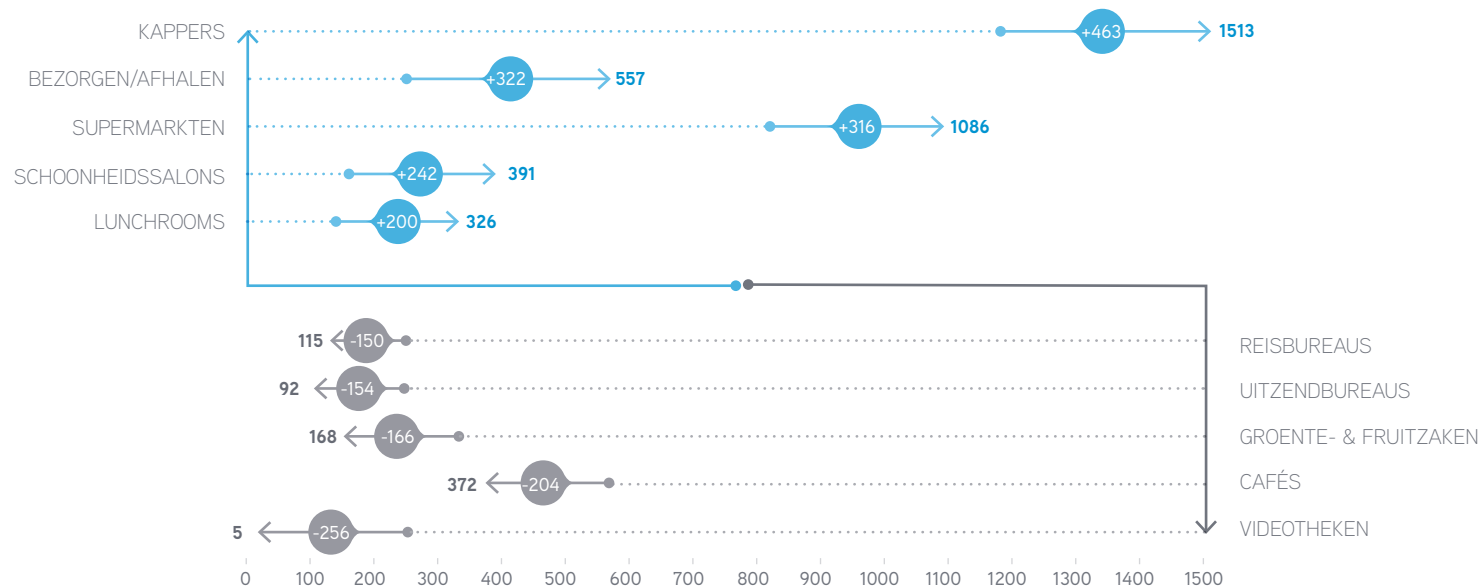
WINKELSAMENSTELLING DRASTISCH VERANDERD

Naast de veranderingen in aantal en omvang, wijzigde vooral de samenstelling van de wijkwinkelcentra. In 2004 was in bijna de helft van de centra nog een videotheek te vinden, daar zijn er nu maar vijf van over. Online streaming heeft deze markt grotendeels overgenomen en is vooral sterk gegroeid sinds de komst van Netflix naar Nederland in 2013. Andere bedrijven zoals uitzendbureaus, banken en reisbureaus zijn steeds meer digitaal gaan werken. Hierdoor hebben zij veel minder behoefte aan fysieke locaties in een winkelgebied en is ook hun aantal drastisch gekrompen. Het aantal bankfilialen kromp met maar liefst 65%.

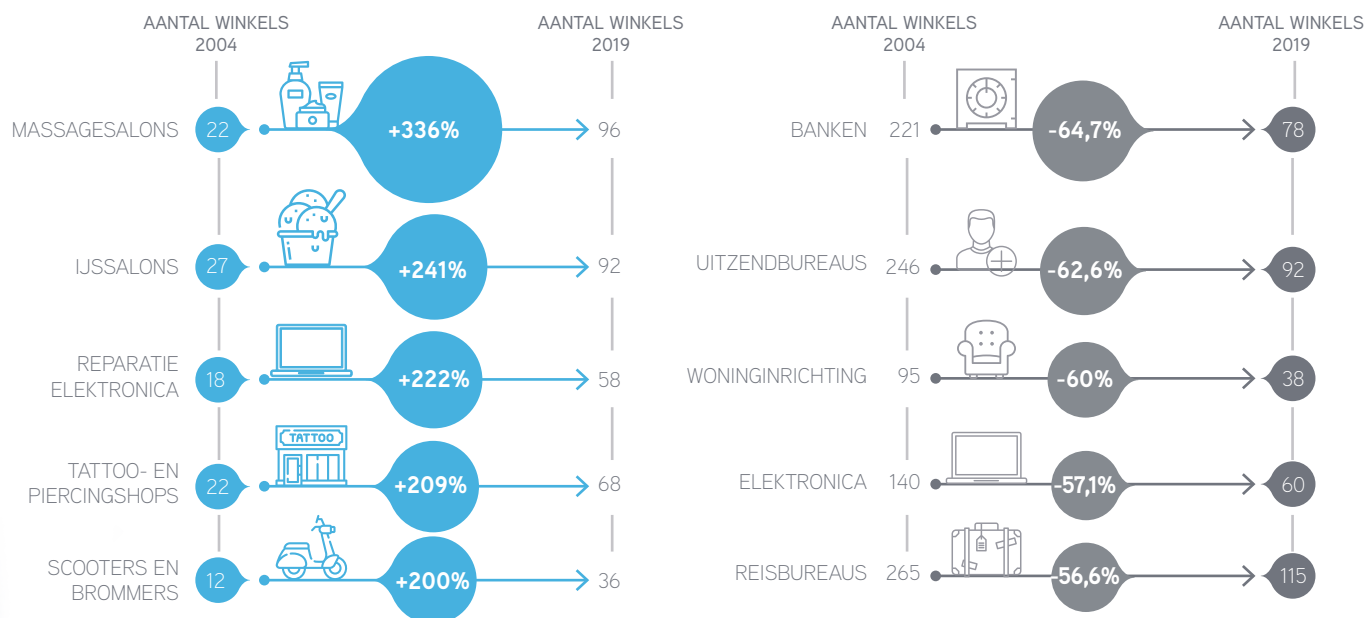
Op de locaties waar deze producten en diensten werden aangeboden, zijn juist bedrijven met producten en diensten gekomen die simpelweg niet digitaal kunnen worden aangeboden. Schoonheidssalons, kappers, tattoo- en piercingshops zijn als paddenstoelen uit de grond geschoten. Daarnaast zijn er ook steeds meer massagesalons en fitnesszaken te vinden, diensten die er vijftien jaar geleden niet of nauwelijks waren in wijkwinkelcentra. Dit zien we ook bij de bezorg- en afhaalpunten van maaltijden, waarvan er 322 zijn bijgekomen. Dit zijn horecagelegenheden met weinig tot geen zitcapaciteit en waarbij de focus ligt op bezorgen en afhalen, zoals Domino's Pizza, SushiPoint en Taco Mundo. Inmiddels zit er in bijna elk centrum wel één, terwijl dat vijftien jaar geleden bij nog niet eens bij de helft het geval was. In het verlengde hiervan groeiden bezorgdiensten als Thuisbezorgd, Deliveroo en UberEats snel.

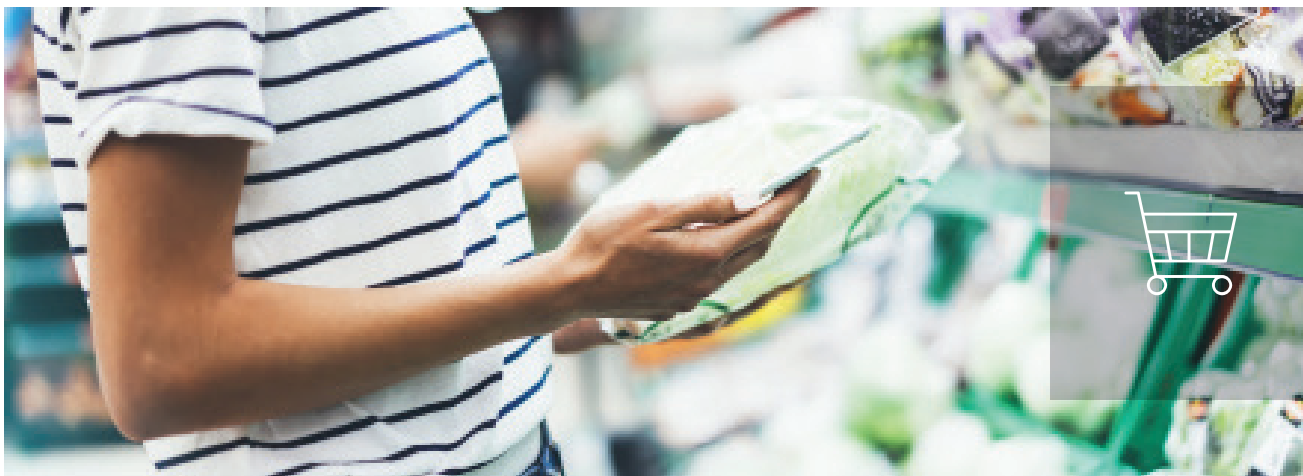


TOP 5 STIJGERS EN DALERS IN AANTALLE



TOP 5 STIJGERS EN DALERS IN PROCENTEN





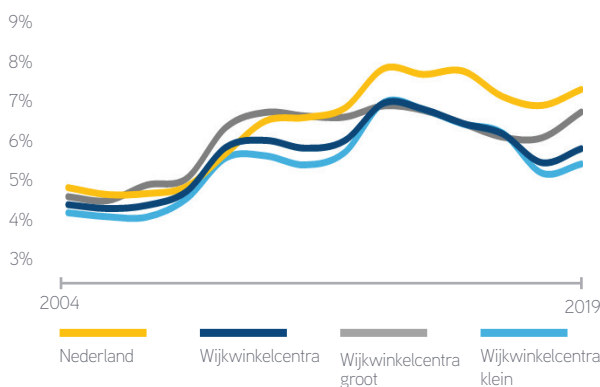
WIJKWINKELCENTRA MET TENMINSTE
ÉÉN FULL-SERVICE SUPERMARKT EN ÉÉN
BUDGETSUPERMARKT BLIJKEN SUCCESVOL.

SUPERMARKT BELANGRIJK VOOR SUCCES

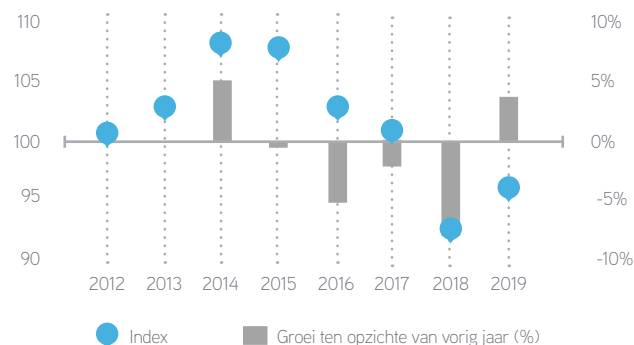
Wijkwinkelcentra met tenminste één full-service supermarkt (zoals Albert Heijn en Jumbo) en één budgetsupermarkt (zoals Aldi en Lidl) blijken succesvol. Deze combinatie trekt veel winkelend publiek, omdat er genoeg keuze is en producten en aanbiedingen van meerdere ketens gecombineerd kunnen worden. Daarnaast proberen supermarkten het boodschappen doen steeds leuker te maken en de consument te verleiden. Zo kun je in sommige vestigingen al vers bereide maaltijden ter plekke opeten.

Vooraleer kleine wijkwinkelcentra die voor meer dan 60% bestaan uit winkels die producten verkopen voor de dagelijkse boodschappen, oftewel 'dagelijks aanbod', doen het goed. De leegstand ligt in deze gebieden al sinds de start van de meting in 2004 lager dan die van de totale winkelvastgoedmarkt. Ook de grote wijkcentra die voor de helft bestaan uit dit soort winkels doen het al acht jaar beter dan de winkelgebieden met minder van dit soort winkels. De leegstand bij de grote centra ligt al jaren tussen de 5% en 7%.

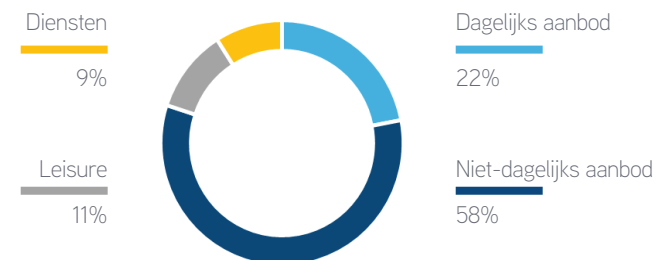
LEEGSTANDSONTWIKKELING



MARKTHUURONTWIKKELING EXCLUSIEF SUPERMARKTEN



OUDE INVULLING LEEGSTAANDE WINKELRUIMTE



Door de stabiele, lage leegstandscijfers zijn dit soort wijkwinkelcentra geliefd onder beleggers. De risico's zijn beperkt, terwijl er in vergelijking met andere vastgoedcategorieën aantrekkelijke huurrendementen gemaakt kunnen worden: van 6% voor de kleine en 7,5% tot 8% voor grote wijkwinkelcentra. Toch is het beeld niet overal positief. Winkels die niet-dagelijkse producten verkopen hebben het lastig. Van alle leegstaande winkelruimten in wijkwinkelcentra, was ruim de helft voorheen gevuld door een dergelijke winkel. Bij slechts een op de vijf ging het om een winkel met dagelijkse producten zoals een slager of groenteboer. Hoe meer winkels met een dagelijks aanbod, hoe beter een wijkwinkelcentrum dus draait.

HOE PRESTEREN WIJKWINKELCENTRA?

Niet alle wijkwinkelcentra hebben succesvol ingespeeld op het veranderende winkelgedrag. Sommige centra lukt het niet de leegstand de baas te worden. Zeker wanneer de leegstand langdurig is (langer dan een jaar), wordt dit problematisch. Ook bij een beperkt aandeel winkels met dagelijks aanbod is er een groot risico op meer leegstand. Om het risico van alle 632 wijkcentra in Nederland in kaart te brengen, zijn deze centra geplotted op basis van deze twee criteria. Zo ontstaan vier categorieën:

TOPCENTRA:

- + Weinig langdurige leegstand < 5%
- + Veel dagelijks aanbod > 60%

KANSCENTRA:

- + Weinig langdurige leegstand < 5%
- + Weinig dagelijks aanbod < 60%

OF

- + Aanzienlijke langdurige leegstand 5-15%
- + Veel dagelijks aanbod > 60%

RISICOCENTRA:

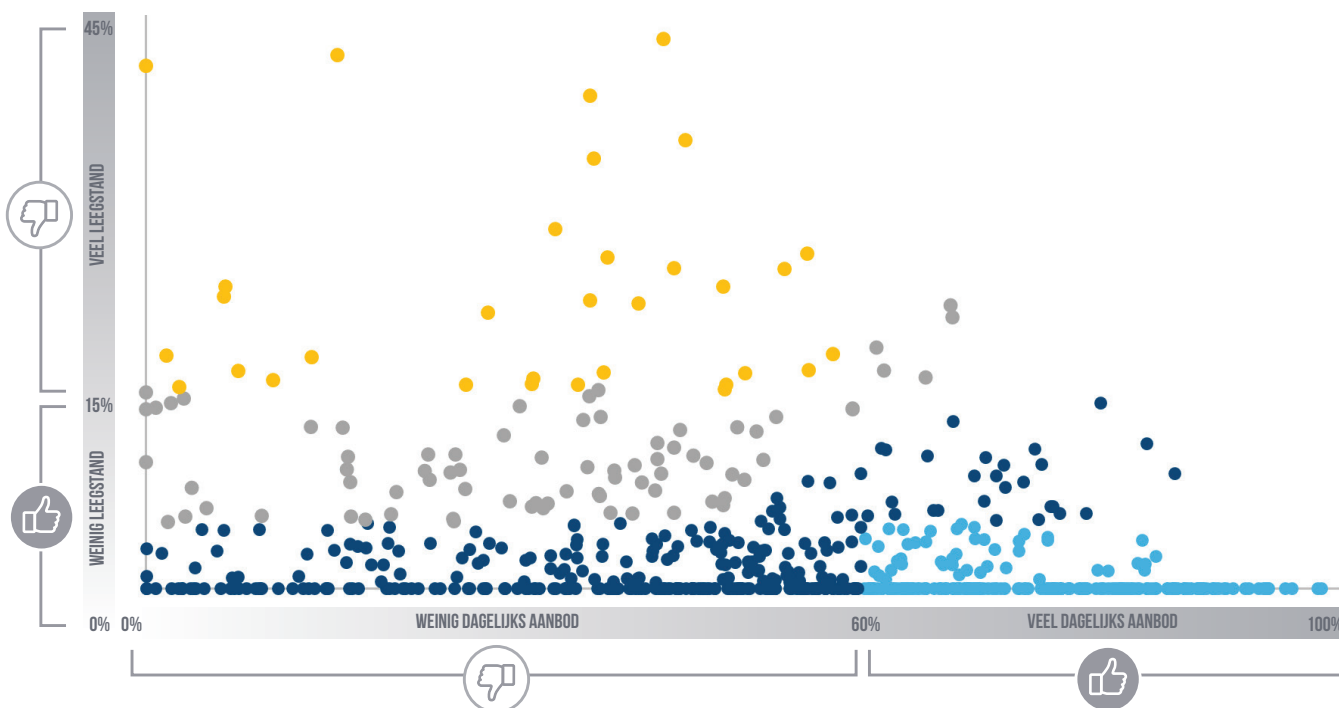
- + Aanzienlijke langdurige leegstand 5-15%
- + Weinig dagelijks aanbod < 60%

OF

- + Veel langdurige leegstand > 15%
- + Veel dagelijks aanbod > 60%

PROBLEEMCENTRA:

- + Veel langdurige leegstand > 15%
- + Weinig dagelijks aanbod < 60%



TOPCENTRA

Een derde van de wijkwinkelcentra zijn topcentra. Het gaat om 208 locaties met weinig verloop in winkels of waar leegkomende winkelruimten snel een nieuwe invulling krijgen.

KANSCENTRA

Voor bijna de helft van de centra liggen er kansen om een topcentrum te worden. Deze 306 gebieden presteren goed en kennen een gematigd risico voor de vastgoedeigenaar en de huurders. Ze hebben alleen een te klein dagelijks aanbod of een langdurige leegstand die hoger ligt dan 5%. Door beter in te spelen op de behoeften van de bewoners van het verzorgingsgebied kunnen zij hun toekomst positief beïnvloeden.

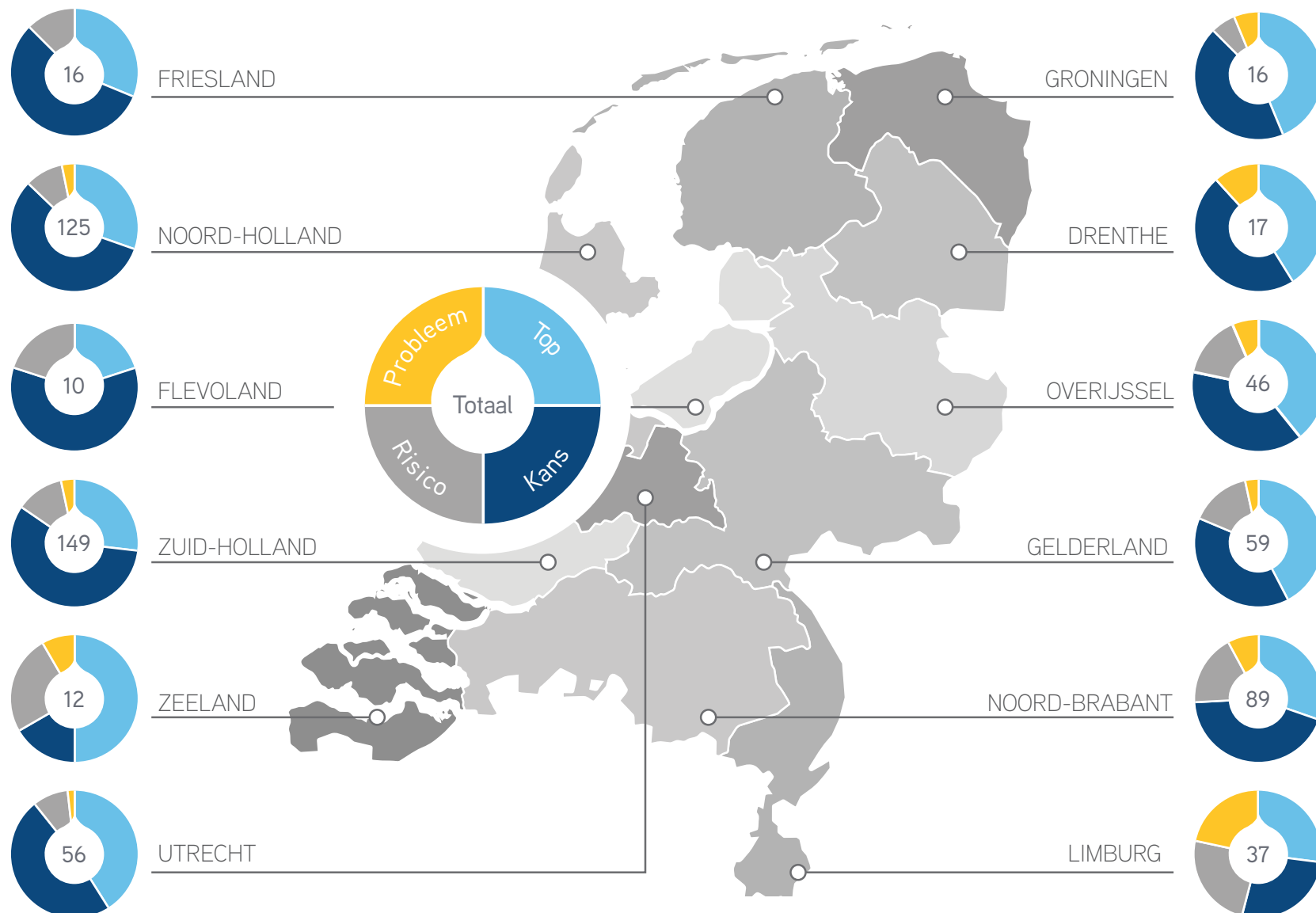
RISICOCENTRA

Er zijn 84 centra die er niet zo goed voorstaan, maar het tij nog kunnen keren. Door de langdurige leegstand is het steeds minder aantrekkelijk voor bezoekers om er te gaan winkelen. Ook zijn er veel winkels te vinden met een niet-dagelijks aanbod die last hebben van online concurrentie. Het is cruciaal om waar mogelijk meer winkels te openen met producten voor dagelijks gebruik, leisure, verzorging of andere diensten die niet of nauwelijks online plaatsvinden. Ook een renovatie kan zo'n wijkcentrum een boost geven.

PROBLEEMCENTRA

In 34 centra staat tenminste 15% van de vloeroppervlakte langdurig leeg. In vijf gevallen is het zelfs meer dan een derde. In deze extreme gevallen is sloop de beste oplossing om daarmee plaats te maken voor de bouw van woningen. In ieder geval is een grote afname van het winkeloppervlakte hier onontkoombaar. In deze categorie helpt alleen een rigoureuze aanpak om ervoor te zorgen dat er binnen deze wijken weer mooie centra gecreëerd worden waarin winkelen niet meer centraal staat. De overgebleven winkels zouden verplaatst kunnen worden naar een beter functionerend winkelgebied om daar eventuele leegstand op te vullen.

De risico- en probleemcentra liggen verspreid door het land, met opvallend hoge concentraties in de regio's Rotterdam, Eindhoven-Helmond en Heerlen. In Tilburg en Enschede zijn er zelfs meerdere van dit soort centra. Hoewel er in alle vijf grote steden probleem- en risicocentra te vinden zijn, is er ook een groot aantal middelgrote steden in het land waar ze volledig ontbreken. Wijkwinkelcentra in de provincies Flevoland en Friesland doen het goed met beide geen enkel probleemcentrum. Het slechtst scoort Limburg waar bijna 50% van de centra behoort tot de categorie risico- en probleemcentra.

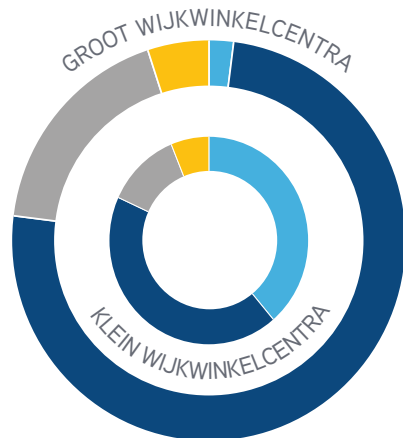


VERSCHIL TUSSEN KLEINE EN GROTE WIJKWINKELCENTRA

Opvallend is het verschil tussen het succes van kleine wijkwinkelcentra en grote wijkwinkelcentra. Van alle kleine centra is maar liefst 39% een topcentrum terwijl dit in de groep grote centra slechts 2% is. Toch betekent dit niet dat de toekomst van grote wijkwinkelcentra er slechter uitziet. Het aandeel probleem- en risicocentra verschilt tussen deze categorieën nauwelijks.

VERDELING WIJKWINKELCENTRA IN CATEGORIEËN

	KLEIN	GROOT
TOPCENTRA	39%	2%
KANSCENTRA	43%	75%
RISICOCENTRA	12%	18%
PROBLEEMCENTRA	6%	5%



VOOR ALLE WINKELCENTRA GELDT DAT HET BELANGRIJK IS OM IN KAART TE BRENGEN OF DE GROOTTE EN SAMENSTELLING NOG AANSLUITEN BIJ DE BEHOEFTE VAN DE BEWONERS VAN HET VERZORGINGSGEBIED.

HOE ZIET DE TOEKOMST VAN WIJKWINKELCENTRA ERUIT?

Het goede nieuws is dat voor het overgrote deel van de wijkwinkelcentra de toekomst er goed uitziet. Zij zijn er in geslaagd hun samenstelling te veranderen en zo dé plek te worden om naartoe te gaan voor functionele activiteiten die bewoners graag dicht bij huis doen, maar niet online willen of kunnen regelen. Voor één op de vijf wijkwinkelcentra is de toekomst minder rooskleurig. Voor de 34 probleemcentra geldt de vraag of ze nog bestaansrecht hebben. Sloop en herbesteding is hier de oplossing om een spookcentrum middenin de wijk te voorkomen. De 84 risicocentra kunnen het tij daarentegen nog keren door in zetten op meer winkels met dagelijkse producten, leisure of aanvullende diensten zoals een apotheker of andere

zorgverlenende diensten.

Voor alle centra geldt dat het belangrijk is om in kaart te brengen of de grootte en samenstelling nog aansluiten bij de behoeften van de bewoners van het verzorgingsgebied. Ook de bereikbaarheid met de auto en het openbaar vervoer speelt een rol in het wel of niet slagen van een winkelcentrum. Hetzelfde geldt voor fysieke eigenschappen zoals het aantal (gratis) parkeerplaatsen, de uitstraling en of het er schoon en veilig is. In alle gevallen geldt dat de klant, oftewel het winkelend publiek, altijd gelijk heeft en deze moet dan ook de voornaamste richtgever zijn voor de strategie van het wijkwinkelcentrum. Alleen dan blijven deze centra ook in de toekomst relevant en succesvol.



ALEXANDRA ROSIAN

Associate Director Retail Capital Markets

alexandra.rosian@colliers.com

+31 6 23 15 25 48



MARTIJN PUSTJENS

Research Consultant

martijn.pustjens@colliers.com

+31 6 13 42 46 55



Stadionplein 14 | 1076 CM Amsterdam | Tel: +31 (0)20 540 55 55 .
amsterdam.office@colliers.com | www.colliers.nl

OVER COLLIERS

Colliers International is een beursgenoteerde vastgoedadviseur (NASDAQ, TSX: CIGI) en staat voor de nieuwe vastgoedwereld. We dragen bij aan een betere samenleving door een actieve rol te spelen in het oplossen van vastgoedvraagstukken.

We verbinden globale marktontwikkelingen en complexe data met de wereld van vastgoedeigenaren, vastgoedinvesteerders en huurders van vastgoed. Dit stelt ons in staat de sector van morgen te begrijpen en expert te zijn op de toekomst van vastgoed.

Dankzij deze inzichten kunnen we waarde toevoegen aan de verschillende fases van de vastgoedcyclus en strategische klantrelaties opbouwen. We bieden creatieve oplossingen die niet alleen vandaag aantrekkelijk zijn, maar ook in de toekomst relevant en duurzaam blijven.

In Nederland werken we met 330 professionals die anders denken en de beste ideeën delen in een cultuur van ondernemerschap en klantgerichtheid. Onze opdrachtgevers kunnen rekenen op een betrouwbare partner die doordacht advies geeft. En een partij die hen de juiste kansen laat zien in de sectoren:



RETAIL



FOOD & BEVERAGE



RESIDENTIAL



HOTELS



OFFICES



LOGISTICS & INDUSTRIAL



HEALTHCARE



RELIGIEUS VASTGOED

Natuurlijk zijn we aangesloten bij de belangrijkste organisaties in ons vakgebied zoals het Nederlands Register van Vastgoed Taxateurs, The Royal Institution of Chartered Surveyors, het Kwaliteitsregister van Makelaars Vastgoedcert en de Nederlandse Vereniging van Makelaars.

