

Dit zijn de 6 belangrijkste trends in retailvastgoed

De markt voor retailvastgoed beweegt. Waar liggen de kansen, welke locaties zijn in opkomst, en wie zijn de actieve spelers in deze sector? Een overzicht van de actuele trends.

1. Grote binnensteden zijn populair

De meest actieve kopersgroep zijn particuliere beleggers, vertelt Lennard Magis, hoofd Retail Investments Nederland bij vastgoedadviseur JLL. Zij hebben een duidelijke voorkeur: retail in grotere binnensteden en hoofdwinkelgebieden. 'Particuliere beleggers zijn in het hele land actief', vertelt hij. 'Het zijn investeerders met affiniteit en kennis van de lokale markt. Ze kennen een winkelgebied en de ondernemers. Daarom kunnen ze ook wat meer risico nemen dan institutionele beleggers, die liever investeren in veiliger vastgoed zoals supermarkten en wijkcentra. En de vooruitzichten voor grotere binnensteden zijn goed. Consumenten hebben hun weg naar de winkelstraat weer gevonden.'

Onderzoekers van Rabobank (januari 2025) verwachten dat de omzet in de detailhandel dit jaar met 3,5 procent groeit, wat hoger is dan de 2 procent groei in 2024. 'Dit is een trend in heel Europa', vertelt Lodewijk Buijs, hoofd Capital Market bij vastgoed- en investeringsadviseur CBRE Nederland. Uit het European Retail Market Summary-rapport van CBRE blijkt dat de Europese retailmarkt in 2024 aanzienlijk groeide, met een stijging van 5 procent in verkoopcijfers en 3 procent in bezoekersaantallen. Buijs: 'Die groei komt voornamelijk door een stijging van de reële inkomens van huishoudens, herstel van het consumentenvertrouwen en een geleidelijke daling van de inflatie.'

Allerlei type retailers hebben interesse in de winkelstraat in de binnenstad, merkt hij. 'Door verstedelijking willen veel bedrijven die zich eerst in de periferie bevonden, juist naar de binnenstad verhuizen. Denk aan merken die online zijn begonnen zoals Coolblue, maar ook aan sportwinkels en bouwmarkten. Zij hebben van oudsher grote locaties buiten de stad en willen nu ook zichtbaar zijn met een kleine winkel in het centrum. Zo hebben Ikea en Praxis nu ook 'city-locaties'.'

2. Consument wil winkelen, eten en beleven

Uit het Europese trendrapport van CBRE blijkt dat beleavingsgerichte winkelcentra en retailparken populair zijn. Dat zijn locaties met een mix van winkels, restaurants en uitgaansmogelijkheden zoals een bioscoop of een bowlingbaan. Jack de Vreede, assetmanager bij vastgoedinvesteringsmanager Redevco: 'In Nederland kennen we maar weinig grote 'malls' zoals in Frankrijk of Spanje. Nederland is compact en blijft sterk gefocust op de winkelgebieden in binnensteden. Maar ook Nederlanders zoeken plekken op waar iets te beleven valt.'

De paar grote *shoppingmalls* in ons land lijken te floreren. Een bekend voorbeeld is Westfield Mall of the Netherlands in Leidschendam. Sinds de opening wordt de mall overspoeld met winkelend publiek, zeker in de weekenden. Een tweede is The Wall in Utrecht. Het winkel-, eet- en entertainmentcentrum werd al in 2009 gebouwd en leek jarenlang een grote mislukking. 'Nu zijn vrijwel alle plekken verhuurd', vertelt Buijs. 'Naast winkelketens zoals Decathlon en Mediamarkt zijn er restaurants en entertainment. Een van de populaire plekken is Play-In, een groot indoor adventurepark met klimmuren, een arcadehal en een Virtual Reality-zone.'

Competitive socialising speelt een steeds grotere rol in de retailsector, vertelt Buijs.

'Consumenten zijn op zoek naar beleving. Ze gaan graag naar winkelgebieden waar ze ook

terecht kunnen voor bars, restaurants en sociale activiteiten, zoals minigolf, jeu-de-boules of racesimulatoren. Dit zien we als een blijvende trend.'

Het lastige is dat een verbouwing tot een entertainmentlocatie niet altijd in het bestemmingsplan past. Aanpassen kan lang duren en is soms zelf niet mogelijk. Buijs: 'In een winkelcentrum hebben eigenaren meer vrijheid om aanpassingen te doen, maar in de binnenstad is dat vaak ingewikkelder door regelgeving en beperkte ruimte. Ik hoop dat gemeenten soepeler worden, want zulke gemixte belevingscentra geven een nieuwe impuls aan retail.'

3. Typen retail: minder middensegment, meer discount en luxe

Hoewel de Randstad van oudsher het meest populair is, zijn allerlei grote steden in Nederland in trek. Ton Vaags, portfolio director bij Redevco: 'Naast de locatie, is het essentieel dat een huurder een strategisch businessplan heeft. Speelt hij in op trends? Is het kostenplaatje reëel? En hoe gaat hij om met nieuwe duurzaamheidseisen?'

Vaags ziet bijvoorbeeld veel retailtrends terug in Groningen. 'In de hoofdwinkelroute zijn grote ketens aanwezig, terwijl in de aanloopstraten nieuwe concepten ontstaan, zoals een fietsenwinkel met een koffiebar. Ondernemers durven te experimenteren.'

Twee typen winkels winnen aan populariteit: discounters en luxe merken. 'Consumenten zijn tegenwoordig extreem kostenbewust,' zegt Michiel Boonen, head of Retail bij vastgoed- en investeringsadviseur Cushman & Wakefield. 'Vroeger was het middensegment dominant, nu zien we een sterke verschuiving naar discount. Merken zoals Zara en Action spelen daarop in met betaalbare producten met een hoge aankoopfrequentie. Dat gaat vaak ten koste van duurzaamheid en kwaliteit.'

Vroeger was het middensegment dominant, nu zien we een sterke verschuiving naar discount''

Tegelijkertijd is er de tweede beweging, namelijk een verschuiving naar luxere winkels. 'Consumenten worden zich steeds bewuster van de impact van de mode-industrie op het milieu. Daarom schuift een deel juist op naar het hogere segment, waar ze bereid zijn meer te betalen voor duurzame producten met een langere levensduur of extra service, zoals reparaties.'

Deze trends brengen balans, vindt Boonen. 'Het middensegment is niet verdwenen, maar kleiner geworden. Er zijn minder winkels dan voorheen, maar de markt is breder en gevarieerder.'

4. Duurzaamheid en green leases

De verschillende beleggingsadviseurs benadrukken ook het belang van duurzaamheid binnen vastgoedbeheer en -beleggingen. Boonen: 'Retailers kijken kritisch naar hoe energiezuinig een pand is. Niet alleen vanwege milieubewustzijn, maar ook vanwege de recente energiecrisis. Een pand met een D- of E-label, daar zullen ze niet zo snel meer voor tekenen.'

Volgens Vaags moeten beleggers hun verantwoordelijkheid nemen, samen met hun huurders. Hij vertelt dat Redevco de ambitie heeft om in 2040 een CO2-neutrale vastgoedportefeuille te hebben. 'Wij werken bijvoorbeeld met green leases. Dat zijn huurcontracten met afspraken over duurzaam beheer en gebruik van een gebouw. Die gaan bijvoorbeeld over energieverbruik, waterbesparing en afvalbeheer.'

In Amstelveen implementeert Redevco een batterijopslag van 1,3 megawattuur, zodat huurder Zara volledig elektrisch kan opereren ondanks netcongestie. Vaags: 'Duurzaamheid en de

wachttijsten voor energieaansluitingen worden grote uitdagingen voor de retailmarkt in de komende periode. Dit soort oplossingen wordt noodzakelijker.'

5. Supermarkten: onverminderd populair bij institutionele beleggers

Wie zekerheid wil, kiest voor supermarkten of kleine wijkwinkelcentra. Die zijn onverminderd populair bij onder andere institutionele beleggers, vertelt Magis. Supermarkten bieden stabiliteit en zekerheid. Huurders vertrekken niet zo gauw en als ze dat doen, staan er vaak al kandidaten klaar om het contract over te nemen. 'Convenience-vastgoed zoals supermarkten en wijkcentra blijven aantrekkelijk. Maar het rendement is uiteraard lager dan bij risicovollere investeringen, zoals winkels in de binnenstad.'

6. Nieuwe spelers op de markt

Op dit moment is zo'n 80 procent van de retailvastgoedbeleggers Nederlands, vertelt Buijs. 'We zijn een duur land voor buitenlandse investeerders, onder andere door de hoge overdrachtsbelasting.'

Daar komt langzaam verandering in, zien zowel Boonen als Magis. Boonen: 'In de afgelopen vier maanden is de interesse uit het buitenland flink toegenomen, met kapitaal uit Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, de Verenigde Staten, Canada, Ierland, Frankrijk en Zuid-Afrika. Ondanks de hoge transactiekosten, hebben zij vertrouwen in de Nederlandse vastgoedmarkt.'

In de afgelopen vier maanden is de interesse uit het buitenland flink toegenomen"

Magis ziet vooral interesse vanuit Frankrijk. 'In de afgelopen twaalf maanden hebben Franse SCPI's een deel van de markt overgenomen', vertelt hij. Société Civile de Placement Immobiliers (SCPI's) zijn vastgoedfondsen die kapitaal ophalen in Frankrijk en dat vaak binnen zes maanden moeten beleggen.

'SCPI's willen toetreden tot de Nederlandse markt en zijn al actief in verschillende segmenten', vertelt Magis. 'Ze investeren in discountwinkels, bouwmarkten en hier en daar zelfs in winkelcentra. Voorlopig lijkt deze trend voort te zetten.'

Al met al is de Nederlandse retailmarkt volop in beweging. Uit cijfers van JLL blijkt dat het retailbeleggingsvolume in Nederland steeg van 950 miljoen euro in 2023 naar 1,1 miljard euro in 2024. Magis verwacht dat het volume voor 2025 wederom hoger zal zijn dan 2024. In de eerste vier maanden van het jaar (1 januari t/m 20 april 2025) komen we tenslotte al uit op 365 miljoen euro. Buijs heeft zijn twijfels en dat heeft vooral te maken met de populariteit van retailvastgoed. 'Het aanbod is inmiddels beperkt.'

Bron: vastgoedmarkt.nl