

**Serge Heere**

# **De Winkelvastgoedmarkt en Vergrijzing in Nederland**

**Een onderzoek naar de visie van institutionele beleggers ten aanzien van  
de vergrijzing en ontgroening van de Nederlandse bevolking.**

**2009**



**rijksuniversiteit  
groningen**

# **De Winkelvastgoedmarkt en Vergrijzing in Nederland**

**Een onderzoek naar de visie van institutionele beleggers ten aanzien van de vergrijzing en ontgroening van de Nederlandse bevolking.**

**Serge Heere S:1581643  
Faculteit Ruimtelijke  
Wetenschappen  
Rijksuniversiteit Groningen**

**Begeleider:**

**Drs. Wim van der Post  
(ASRE)**

**Tweede lezer:**

**Drs. Arthur Marquard (ASRE)**



**rijksuniversiteit  
groningen**

<b>Inhoudsopgave</b>	<b>blz.: 4</b>	
<b>Voorwoord</b>	<b>blz.: 5</b>	
<b>Samenvatting</b>	<b>blz.: 6</b>	
<b>1 Inleiding</b>	<b>blz.: 9</b>	
1.1 Aanleiding	blz.: 9	
1.2 Probleemstelling	blz.: 10	
1.3 Onderzoeksvragen	blz.: 10	
1.4 Leeswijzer	blz.: 10	
<b>2 Werkwijze en methodes</b>	<b>blz.: 12</b>	
2.1 Onderzoeksmodel	blz.: 12	
2.2 Literatuuronderzoek	blz.: 12	
2.3 Interviews	blz.: 12	
2.4 Relevantie van het onderzoek	blz.: 13	
2.5 Begrippen en Definities	blz.: 13	
<b>3 Theoretisch kader</b>	<b>blz.: 14</b>	
3.1 Werking van de Vastgoedmarkt	blz.: 14	
3.2 Spanningsvelden op de vastgoedmarkt	blz.: 18	
3.3 Beleggingskarakteristieken van de winkelvastgoedmarkt	blz.: 20	
<b>4 Ontwikkelingen aan de vraagzijde van de winkelvastgoedmarkt</b>	<b>blz.: 23</b>	
4.1 Demografische ontwikkelingen	blz.: 23	
4.1.1 <i>Bevolkingsontwikkeling</i>		
4.1.2 <i>Vergrijzing en ontgroening in Nederland</i>		
4.1.3 <i>Vergrijzing per regio in Nederland</i>		
4.1.4 <i>Vergrijzing in West- Europa</i>		
4.2 Maatschappelijke knelpunten door demografische ontwikkelingen	blz.: 30	
4.3 Maatschappelijke en Economische ontwikkelingen	blz.: 31	
4.3.1 <i>Wie zijn de ouderen van de toekomst</i>		
4.3.2 <i>Opleidingsniveau</i>		
4.3.3 <i>Koopkrachtontwikkeling en consumentenvertrouwen</i>		
4.4 Maatschappelijke knelpunten door koopkrachtontwikkeling	blz.: 36	
4.5 Maatschappelijke knelpunten bij locatievraagstukken	blz.: 36	
4.6 Theoretische aanknopingspunten bij koopkrachtontwikkeling	blz.: 37	
4.7 Theoretische aanknopingspunten bij sociale ontwikkelingen	blz.: 38	
4.8 Resumé	blz.: 39	
<b>5 Ontwikkelingen aan de aanbodzijde van de winkelvastgoedmarkt</b>	<b>blz.: 41</b>	
5.1 De winkelmarkt van Nederland in cijfers	blz.: 41	
5.2 Prognoses voor de winkelmarkt in Nederland	blz.: 41	
5.3 Trends en ontwikkelingen op de vastgoedmarkt	blz.: 42	
5.4 Nederlands winkelvastgoed als belegging	blz.: 43	
5.5 Maatschappelijke knelpunten bij veranderen aanbod	blz.: 46	
5.6 Theoretische aanknopingspunten het aanbod van winkelvastgoed	blz.: 47	
5.7 Resumé	blz.: 48	

## **DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.**

<b>6 Uikomsten interviews</b>	<b>blz.: 49</b>
<b>7 Conclusies</b>	<b>blz.: 53</b>
<b>8 Bijlage</b>	<b>blz.: 58</b>
8.1 Literatuurlijst	blz.: 58
8.2 Lijst van geïnterviewden	blz.: 60

## **Voorwoord**

Deze scriptie is geschreven ter afronding van de opleiding vastgoedkunde aan de Rijksuniversiteit Groningen. Hiermee is voor mij een eind gekomen aan een bijzondere opleidingscarrière.

Graag wil ik van de gelegenheid gebruik maken om iedereen te bedanken die aan de totstandkoming van deze scriptie heeft bijgedragen. Allereerst wil ik mijn ouders bedanken. Ik ben hen dankbaar voor hun onvoorwaardelijke liefde, steun, aanmoedigingen en interesse.

Ten tweede, Wim van der Post voor zijn rol als afstudeerbegeleider. Ik heb het als zeer prettig ervaren om met Wim te mogen samenwerken. Zijn ondersteuning en enthousiasme deden mij na iedere bespreking motiveren om tot een goed eindresultaat te komen. Daarnaast wil ik graag mijn broer bedanken voor de positieve kritieken, reacties en suggesties die deze scriptie nodig had.

Voorts wil ik mijn collega's van IVBN bedanken. Mede dankzij hen is de afronding van deze scriptie in een stroomversnelling geraakt en was het mogelijk met tal van ervaringsdeskundigen te praten. Ik weet zeker dat ik in dienst van IVBN een plezierige tijd tegemoet ga.

Ter gelegenheid van dit onderzoek heb ik met verschillende ervaringsdeskundigen mogen spreken. Dit heeft een belangrijke bijdrage geleverd aan dit onderzoek en zij verdienen dan ook een woord van dank.

Niet in de laatste plaats wil ik mijn vriendin bedanken voor haar liefde en steun. Ik prijs mijzelf gelukkig dat ik met haar een toekomst kan opbouwen.

Serge Heere

Den Haag, 2009

### Samenvatting

Het onderwerp van deze scriptie is de vraag wat de visie is van de (institutionele) belegger ten aanzien van de vergrijzing en ontgroening van de Nederlandse bevolking. Aanleiding is de prognose van het CBS dat de Nederlandse bevolking in 2040 zo'n 4,1 miljoen mensen ouder dan 65 jaar telt tegen 2,4 miljoen in 2008.

De relevantie van deze scriptie ligt op drie vlakken: De wetenschappelijke relevantie is dat een beeld gevormd wordt van de veranderingen in de functionele inrichting van ruimte en vastgoed als gevolg van de vergrijzing van Nederland. Voor de maatschappelijke relevantie is het belangrijk te weten hoe in de toekomst met winkelvastgoed om te gaan. Het is van belang te beseffen dat de wijze waarop we met winkelvastgoed omgaan een afspiegeling is van wat zich in de maatschappij afspeelt. Als laatste speelt het economisch belang een nadrukkelijke rol. Met een investeringsbedrag van ongeveer 50 miljard euro levert winkelvastgoed een wezenlijke bijdrage aan een gezond winkelbestand en daarmee aan het functioneren van de Nederlandse economie.

**Het doel van het onderzoek is inzicht te krijgen in de invloed die de vergrijzing en ontgroening hebben op de visie van de (institutionele) vastgoedbeleggers en hoe deze denken in te spelen op de veranderingen van de winkelmarkt als gevolg van deze demografische ontwikkelingen in Nederland.**

Dit onderzoek is tot stand gekomen door een combinatie van verschillende onderzoeksmethoden. Begonnen is met een literatuurstudie naar maatschappelijke knelpunten die samenhangen met de demografische ontwikkeling. Zo stellen bijvoorbeeld Brounen & Eichholtz

dat op lange termijn de vraag naar vastgoed zal worden bepaald door demografische- en prijsontwikkelingen. Naar aanleiding van deze knelpunten is een aantal theoretische aanknopingspunten beschreven die allemaal een beeld geven van de trends en ontwikkelingen op de winkelvastgoedmarkt. Uiteindelijk hebben deze studies geleid tot de volgende onderzoeksvragen:

- Wat zijn de demografische ontwikkelingen in Nederland?
- Wat zijn de belangrijkste theoretische achtergronden van vastgoed in relatie tot vergrijzing?
- Wat zijn de maatschappelijke en economische gevolgen?
- Wat zijn de gevolgen van de vergrijzing voor institutionele beleggers?
- Wat is de invloed van de vergrijzing en ontgroening op de visie van institutionele beleggers?

De beantwoording van de onderzoeksvragen heeft geleid tot de volgende resultaten.

De Nederlandse bevolking vergrijst en ontgroent. Volgens prognoses van het CBS zullen er in 2040 in Nederland 4,1 miljoen mensen ouder zijn dan 65 jaar. De omvang van de groep mensen in de leeftijd van 0 tot 20 zal tot 2025 met 350.000 afnemen. Ook de beroepsbevolking zal in 2040 met 1 miljoen zijn afgenomen.

Senioren zullen straks meer koopkracht hebben. Enige voorzichtigheid is geboden bij gedachte dat zij ook meer zullen gaan besteden. Senioren van de toekomst zijn voorzichtiger met het doen van uitgaven. Daarnaast is het nog maar de vraag of ze ook daadwerkelijk meer geld uitgeven aan consumptiegoederen en kleding. In de praktijk blijkt dat de institutionele

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

beleggers senioren als consument kennen en zien als belangrijke doelgroep. Het beeld van de toekomstige senioren is dat zij beschikken over meer bestedingsruimte, meer tijd hebben, langer mobiel en vitaler zijn dan de huidige senioren. De strategie van institutionele beleggers is echter niet gericht op de doelgroep senioren maar op motieven in het algemeen zoals bereikbaarheid en gemak. Veel aspecten die de senioren als doelgroep belangrijk vinden hebben overlap met andere doelgroepen. Daarnaast is het niet zeker of senioren ook daadwerkelijk meer geld uit gaan geven aan consumptiegoederen. Senioren zijn voorzichtig met het uitgeven van geld en hebben meer tijd te besteden. Het is alleen de vraag of senioren ook meer tijd gaan besteden aan winkelen.

### *Metrage*

In theorie zal dit betekenen dat de vraag naar winkelvastgoed bepaald wordt door de omvang en samenstelling van de bevolking. De netto vraag naar winkelvastgoed zal alleen maar groeien als de bevolkingsomvang en koopkracht groeit. Op basis van demografische gegevens zal het bevolkingsaantal in 2030 zijn hoogtepunt hebben bereikt. De markt voor winkelvastgoed zal dan ook tot 2030 bescheiden kunnen blijven groeien. Vanaf dat moment zullen de bevolkingsaantallen niet meer toenemen.

Door stijgende koopkracht, betere pensioenvoorzieningen en vermogen uit eigen huisbezit worden senioren steeds belangrijker voor de omzet van winkels. De vraag is of de economische recessie invloed heeft op deze pensioenvoorzieningen en het vermogen uit eigen huisbezit.

Doordat de winkelvastgoedmarkt zo dynamisch is laat zij zich moeilijk voorspellen. De laatste jaren is er teveel gestuurd op de ontwikkeling van vierkante meters die geen draagvlak hebben. Daarnaast lijkt het aanbod winkels dat de laatste tien jaar ontwikkeld is erg veel op elkaar. Het is

zaak om de markt gezond te houden door het aanbod beter af te stemmen op de vraag. Door het “opruimen” van incourant winkelvastgoed wordt leegstand voorkomen en blijft het vastgoed dat in de portefeuille van de belegger zit stabiel in waarde. De verschuiving van een gematigde nieuwbouw naar vervangingsmarkt zal sneller optreden.

### *Locatie*

Het is van belang een duidelijk beeld te hebben wat senioren willen ten aanzien van de winkelmarkt. Hierover bestaat in theorie een aantal tegenstellingen. Zo is er geen eenduidige “theoretische” mening over de levensvatbaarheid van stadscentra, PDV/GDV-locaties, wijkwinkel- en buurtcentra. De levensvatbaarheid van deze gebieden wordt o.a. bepaald door de factoren koopkrachtontwikkeling, verzorgingsgebied, bereikbaarheid van het gebied, vitaliteit en mobiliteit van de senioren als consument. Veel van deze factoren worden in theorie anders uitgelicht. De senior zal zich meer aangesproken voelen tot de binnenstad dan tot moderne grootschalige winkelgebieden aan randen van steden. Buurt- en wijkwinkelcentra krijgen geen nieuwe kansen als zij in de nabijheid van grote groepen senioren liggen. Ondanks dat senioren (en andere doelgroepen) hun dagelijkse boodschappen in de buurt doen. Stads-, stadsdeel- en wijkwinkelcentra zullen het goed blijven doen als zij; een gemengd aanbod van winkels hebben, gemiddeld minimaal 5000 vierkante meter groot zijn en zich onderscheiden van andere centra. Het aantal PDV en GDV locaties zal in de toekomst afnemen. Grote centraal gelegen locaties met een compleet aanbod zullen de toekomst hebben. De kleinere locaties zullen door te weinig vraag en omzetpotentieel verdwijnen.

## **DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.**

### *Kwaliteit*

Senioren zullen niet als enige doelgroep het aanbod van winkels bepalen. Bouwkundige aanpassingen of voorzieningen zijn niet te koppelen aan één doelgroep.

Volgens de institutionele belegger is winkelvastgoed niet leidend voor de consument. De consument is wel leidend voor winkelvastgoed. Formules bepalen het aanbod en winkelvastgoed heeft daar een faciliterende rol in. Ondernemers ontvangen en bedienen de consument. Institutionele beleggers houden toezicht en stellen randvoorwaarden voor een goed centrummanagement.

Het “uitdagen” van de consument is de verantwoordelijkheid van zowel de belegger als de ondernemer. Daarnaast spelen zij beiden een belangrijke rol in het onderzoek naar marktbevingen en het ontwikkeling van nieuwe winkelconcepten. Het optimaliseren van de samenwerking tussen belegger en ondernemer moet er voor zorgen dat de winkelmarkt een gezonde markt blijft.



## **Hoofdstuk 1 Inleiding**

### **1.1 Aanleiding**

#### *Prognose*

De Nederlandse bevolking vergrijsst en ontgroent. Dit betekent dat het aandeel ouderen in de Nederlandse samenleving fors zal stijgen. Prognoses van het CBS laten zien dat het aantal 65+-ers van 2,4 miljoen in 2008 zal groeien naar 4,1 miljoen in 2040 (bron: CBS 2008). Deze prognoses zijn de politiek en media ook niet ontgaan. Er wordt vaak gediscussieerd over onderwerpen als de betaalbaarheid van de zorg, AOW, pensioenen en de pensioengerechtigde leeftijd.

#### *Bedreiging*

De vergrijzing in Nederland wordt gezien als een bedreiging van de welvaart. De regering schetste in de eerste helft van 2004 een doemscenario over het niet op peil blijven van de welvaart als gevolg van de vergrijzing. Om de welvaart op niveau te houden moet meer en langer gewerkt worden en zal het geboortecijfer omhoog moeten. Veelal wordt over de vergrijzing gesproken in termen van problemen en de angst dat de kosten van de vergrijzing te hoog zullen zijn.

#### *Kansen*

Volgens deskundigen kan de vergrijzing ook kansen bieden als er op de juiste wijze mee omgegaan wordt. De toekomstige generatie senioren vormt een nieuwe doelgroep die interessant is voor bedrijven, instellingen, gemeenten. De vergrijzing en ontgroening van Nederland heeft gevolgen voor een aantal maatschappelijke en economische ontwikkelingen. De nieuwe generatie senioren heeft straks een beter inkomen, zijn vitaler en mobieler dan de senioren van nu. Veranderingen in opleidingsniveau en koopkracht hebben invloed op het

bestedingspatroon van senioren.

#### *Gevolgen*

De veranderingen in de bevolkingsopbouw en de plaats waar mensen willen wonen heeft invloed op onze bebouwde omgeving. Niet alleen de functionele inrichting van de ruimte maar ook de functionaliteit van het vastgoed zal veranderen. In de toekomst zullen de vraag en aanbodcijfers in verschillende regio's in Nederland anders zijn dan nu.

Een van de vastgoedmarkten waar dit voor gaat spelen is de winkelmarkt. Detaillisten richten zich op de vraag van (een bepaald deel) de bevolking en spelen in op trends en behoeften. Als de samenstelling van die bevolking verandert zullen de detaillisten hier op inspelen met de producten die ze aanbieden. Maar niet alleen het productaanbod zelf is van belang. Ook hoe en waar deze producten worden aangeboden speelt een belangrijke rol. Om de doelgroep zo goed mogelijk van dienst te zijn zal ook de inrichting van het winkelvastgoed telkens moeten veranderen.

Onder beleggers in vastgoed heerst de trend dat vastgoed steeds duurzamer moet zijn. Duurzaam vastgoed kan zorgen voor een hoger rendement van vastgoedinvesteringen. De hoofdmoot van duurzaam ligt hoofdzakelijk bij het gebruik van duurzame bouwmaterialen en energiebesparing. De vraag is echter of vastgoed ook niet duurzaam moet zijn met het oog op de vergrijzing en ontgroening van Nederland.

Kortom, trends als vergrijzing en ontgroening hebben invloed op hoe de winkelvoorraad er uit gaat zien en waar groei en krimp in de markt gaan optreden. De kern van dit onderzoek richt zich op de vergrijzing van Nederland. Aanleiding genoeg om nader onderzoek te doen naar de visie van de (institutionele) vastgoedbeleggers en hoe zij inspelen op de

## **DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.**

veranderingen van winkelvastgoed als gevolg van de vergrijzing en ontgroening van Nederland.

### **1.2 Probleemstelling**

Met de voorgaande paragrafen is de aanzet gegeven voor de probleemstelling van dit onderzoek. De probleemstelling is opgebouwd uit een doelstelling en een vraagstelling.

#### **Doelstelling**

Het doel van het onderzoek is inzicht te krijgen in de invloed van de vergrijzing en ontgroening op de visie van de (institutionele) vastgoedbeleggers en hoe zij denken in te spelen op de veranderingen van de winkelmarkt als gevolg van de vergrijzing en ontgroening van Nederland.

#### **Vraagstelling**

Hoe kijkt de institutionele belegger naar de toekomst met betrekking tot de vergrijzing en ontgroening van Nederland en zijn investeringen in winkelvastgoed?

### **1.3 Onderzoeksvragen**

Om antwoord te krijgen op de hoofdvraag dient een aantal onderzoeksvragen te worden beantwoord.

- 1- Wat zijn de demografische ontwikkelingen in Nederland?
  - 1.1 Hoe ziet de bevolkingsopbouw van Nederland er uit, nu en in de toekomst?
  - 1.2 Waar treden de grootste veranderingen op?

1.3 Vinden deze veranderingen alleen in Nederland plaats?

1.4 Wie zijn de ouderen van de toekomst

2- Wat zijn de belangrijkste theoretische achtergronden van vastgoed in relatie tot vergrijzing?

2.1 Hoe werkt de vastgoedmarkt?

2.2 Hoe wordt er over de winkelvastgoedmarkt gedacht?

3- Wat zijn de maatschappelijke en economische gevolgen?

3.1 Wie zijn de ouderen van de toekomst?

3.2 Wat zijn de ontwikkelingen in koopkracht en consumentenvertrouwen.

4- Hoe ziet de winkelmarkt in Nederland er uit?

4.1 Over welke cijfers praten we als we het hebben over m2, voorraad, planvoorraad e.d.

4.2 Waar in Nederland bevinden de cijfers (van vraag 4.1) zich?

5- Wat zijn de gevolgen van de vergrijzing voor beleggers.

5.1 Veranderen er strategieën?

5.2 Verandert de locatie van investeringen?

5.3 Waar zien beleggers mogelijkheden?

6- Conclusie

### **1.4 Leeswijzer**

Deze scriptie is als volgt opgebouwd:

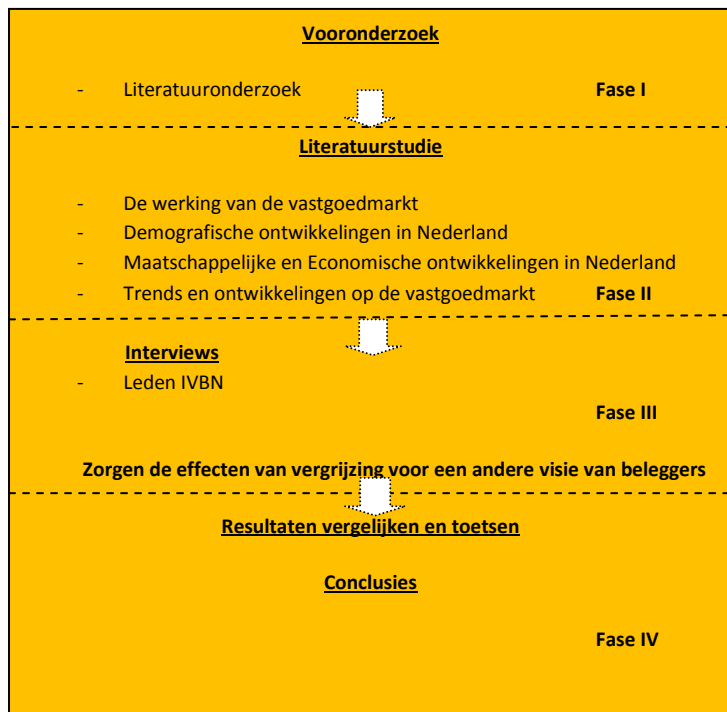
Hoofdstuk 1 geeft een beschrijving van de onderzoeksopzet. Hoofdstuk 2 bestaat uit een beschrijving van de gehanteerde onderzoeksmethoden en technieken. Hoofdstuk 3 geeft een theoretisch kader van hoe de vastgoedmarkt werkt. Dit is naar aanleiding van het model van Wheaton en DiPasquale. Vervolgens zal op basis van de werking van de vastgoedmarkt een aantal spanningsvelden worden beschreven.

## **DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.**

Daarnaast zal worden ingegaan op de demografische en maatschappelijke ontwikkelingen in Nederland. Hoofdstuk 4 gaat in op de ontwikkelingen aan de vraagzijde van de vastgoedmarkt. Aspecten die aan bod komen zijn; demografische-, maatschappelijke- en economische ontwikkelingen. Hoofdstuk 5 zal ingaan op de ontwikkelingen aan de aanbodzijde van de winkelvastgoedmarkt. Er wordt ingegaan op aspecten als prognoses, trends, maatschappelijke knelpunten en theoretische aanknopingspunten aan de aanbodzijde van winkelvastgoed. Hoofdstuk 6 is een uitwerking van de interviews waarin de doelstelling en vraagstelling zijn opgenomen. In hoofdstuk 7 worden de conclusies van deze scriptie gepresenteerd en hoofdstuk 8 vormt de bijlage. Vanaf hoofdstuk 4 zal telkens worden ingegaan op drie “speerpunten”. Per hoofdstuk worden de gevolgen, ontwikkelingen en conclusies voor metrage, locatie en kwaliteit van winkelvastgoed beschreven.

## Hoofdstuk 2 Werkwijze en Methoden

### 2.1 Onderzoeksmodel



### 2.2 Literatuuronderzoek

Hoofdstuk 3 bestaat uit het theoretisch kader van het onderzoek. Dit hoofdstuk is tot stand gekomen door literatuurstudie met boeken, tijdschriften, artikelen en internet. Het doel van deze literatuurstudie is om uit verschillende invalshoeken en bronnen de probleemstelling uiteen te zetten. Het literatuuronderzoek geeft inzicht in de werking van de vastgoedmarkt. Dit is gedaan naar aanleiding van het model van Wheaton

en DiPasquale (1996). Daarnaast wordt op basis van de werking van de vastgoedmarkt een aantal spanningsvelden beschreven. In hoofdstuk 4 en 5 is middels literatuurstudie onderzoek gedaan naar demografische, maatschappelijke en economische ontwikkelingen in Nederland. Tevens worden maatschappelijke knelpunten en theoretische aanknopingspunten beschreven voor zowel de vraag als aanbodzijde van winkelvastgoed.

### 2.3 Interviews

Een goede methode om informatie te krijgen over meningen en kennis is het interviewen van personen. Gedurende een interview kan men gebruik maken van open vragen en kan men dieper op de materie ingaan. Nadelen van het interview zijn dat het veel tijd en vaardigheden vergt van de interviewer.

Voor dit onderzoek is gekozen om enkele leden van IVBN (Vereniging van Institutionele Beleggers in Vastgoed Nederland) te interviewen.

De Vereniging van Institutionele Beleggers in Vastgoed Nederland is een organisatie die de belangen behartigt van institutionele beleggers in Nederlands Vastgoed. Tot de leden behoren pensioenfondsen, verzekeringsmaatschappijen en al dan niet beursgenoteerde vastgoedfondsen. Gezamenlijk vertegenwoordigen de leden met ruim 45 miljard euro belegd vermogen in Nederlands onroerend goed circa 90% van het Nederlands Institutioneel vastgoedvermogen. Dit is voornamelijk belegd in woningen, kantoren en winkels.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Bron: [www.ivbn.nl](http://www.ivbn.nl)

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

Er zijn tien leden geïnterviewd. Deze leden zijn o.a. actief op de winkelvastgoedmarkt en hebben ongeveer 4,6 miljoen m<sup>2</sup> aan winkeloppervlak in bezit met een gezamenlijke portefeuillewaarde van €12 miljard. Dit zijn zowel solitaire panden als winkelcentra.

Een overzicht van de geïnterviewde leden is opgenomen als bijlage bij deze scriptie.

### 2.4 Relevantie

#### *Wetenschappelijk*

De wetenschappelijke relevantie van deze scriptie is dat een beeld gevormd wordt van de veranderingen in de functionele inrichting van ruimte en vastgoed als gevolg van de vergrijzing van Nederland. Er is veel geschreven over de vergrijzing van Nederland en de gevolgen ervan maar is hier ook al wat mee gedaan? Mogelijk heeft de vergrijzing een grote invloed op het winkelbestand van Nederland. Door tijdig in beeld te brengen wat de gevolgen zijn voor de winkelmarkt kan deze gezond blijven en aansluiten op de vraag

#### *Maatschappelijk*

Het is belangrijk te weten dat in de toekomst de wijze van hoe we met winkelvastgoed omgaan een afspiegeling is van wat zich in de maatschappij afspeelt. De afgelopen jaren hebben maatschappelijke veranderingen er voor gezorgd dat consumenten anders zijn gaan winkelen.<sup>2</sup>

#### *Economisch*

---

<sup>2</sup> Bron: FGH Vastgoedbericht, interview met P. Auffourt, pag. 28 2007

Voor consumenten en detaillisten is voor een optimale bevrediging van menselijke behoeften een gezond winkelbestand van zeer groot belang. Naast het algemene belang staat het economische belang. Met een investeringsbedrag van ongeveer 50 miljard euro levert winkelvastgoed een wezenlijke bijdrage aan het functioneren van de Nederlandse economie<sup>3</sup>

### 2.5 Begrippen en definities

#### *Demografie*

Statistische beschrijving van de bevolkingopbouw naar leeftijd

#### *Onroerend goed/vastgoed*

Er wordt onderscheid gemaakt tussen onroerend goed en vastgoed, waarbij onroerend goed staat voor de opstal plus de grond en vastgoed alleen voor de opstal.<sup>4</sup>

#### *Vastgoedmarkt*

De markt waar vastgoed wordt verhandeld en waar tussen vragers en aanbieders een prijs tot stand komt.<sup>5</sup>

#### *Winkelvastgoed*

Vastgoedobjecten die een detailhandelsfunctie hebben en waarvan het aandeel van de winkelfunctie in de bruto markthuurlaarde van het pand, groter is dan 50% (ROZ/IPD)

---

<sup>3</sup> Bron: E.J. Bolt, Winkelvoorzieningen op waarde geschat, theorie en praktijk, 2003

<sup>4</sup> Bron: P. van Gool e.a. Onroerend goed als belegging, Wolter Noordhoff B.V. Groningen/Houten, 2001

<sup>5</sup> Bron: Oude Veldhuis, 1993

## **Hoofdstuk 3 Theoretisch kader**

### **3.1 De werking van de vastgoedmarkt**

Om de positie van en verhouding tussen aanbieders, gebruikers, beleggers en consumenten op de winkelvastgoedmarkt in beeld te brengen is het noodzakelijk om de werking van de vastgoedmarkt te beschrijven. Hierbij wordt gebruik gemaakt van het vier-kwadranten model van Wheaton en DiPasquale. Dit model gaat er van uit dat de verhuurmarkt, beleggersmarkt en de markt voor nieuwbouw onderling gerelateerd zijn. Deze deelmarkten worden samengebracht in één model.

In paragraaf 2.5 zijn de definities van vastgoed en vastgoedmarkt gegeven. In deze paragraaf wordt nader ingegaan op de werking en karakteristieken van de vastgoedmarkt. Het eerste karakterkenmerk van de vastgoedmarkt is dat het altijd locatiegebonden is en ten tweede is de vastgoedmarkt sterk gefragmenteerd. Het derde kenmerk van vastgoed is dat deze bestaat uit aan elkaar gerelateerde submarkten als de grondmarkt, financiële markten, bouwmarkt en de markt voor projectontwikkeling. Een ander kenmerk van de vastgoedmarkt is dat het aanbod langzamer op de vraag reageert vanwege de relatief lange productietijd van vastgoed. Dit verschijnsel staat ook bekend als de varkenscyclus.

Om een beter beeld te krijgen van de werking van de vastgoedmarkt zal een aantal kenmerken van de vastgoedmarkt worden beschreven op basis van;

**De aard van het vastgoedproduct**<sup>6</sup> Vastgoedproducten hebben als kenmerk dat zij sterk van elkaar kunnen verschillen. De markt voor vastgoed kan worden verdeeld in vijf typen submarkten die elk een eigen karakter hebben.

1. Op basis van gebruikerstypologie.

Vastgoed kan verschillende functies hebben zoals wonen, werken en winkelen.

2. Op basis van eigendomsverhouding.

Onderscheid tussen gebruikers die het vastgoed in eigendom hebben of huren.

3. Verdeling in bestaande bouw en nieuwbouw.

4. Op basis van fysieke classificatie.

Er kan bijvoorbeeld onderscheid worden gemaakt tussen verschillende type winkels. (solitaire winkelpanden of winkelcentra)

5. Op basis van locatie.

Een kwalitatief lagere locatie kan zorgen voor een lagere waarde van vastgoed.

### **Kenmerken van aanbieders van vastgoed**<sup>7</sup>

Er zijn veel verschillende typen aanbieders van vastgoed (particuliere eigenaren, beleggers, woningbouwcoöperaties enz.). Veel aanbieders beperkingen zich vaak tot een marktsegment.

---

<sup>6</sup> Bron: R. Schraven, Van Regionaal naar Nationaal woningmarktevenwicht, ASRE, 2004

<sup>7</sup> Bron: Idem

## **DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.**

### ***Kenmerken van gebruikers van vastgoed***<sup>8</sup>

Gebruikers van vastgoed hebben allemaal hun eigen wensen wat betreft eigenschappen van vastgoed. Deze wensen komen tot stand op basis van verschillende factoren als leeftijd, geslacht, inkomen, samenlevingsvormen, smaak en levensstijl.

### ***De aard van de vastgoedmarkt***<sup>9</sup>

Verskillende vastgoedmarkten worden gekenmerkt door onvolledige informatie en marktimperfecties. Voorbeelden van marktimperfecties zijn; het ontbreken van doorlopende prijsvorming, een beperkt aantal onderhandse transacties tussen koper en verkoper en gegevens van transacties die niet publiek toegankelijk zijn.

### ***De werking van de vastgoedmarkten***

Vastgoedmarkten maken deel uit van de economie<sup>10</sup>. De prijs van vastgoed komt tot stand via afstemming van vraag en aanbod. De vastgoedmarkten worden echter gekenmerkt door marktimperfecties en onvolledige informatie<sup>11</sup>. Marktimperfecties worden veroorzaakt door ontbreken van doorlopende prijsvorming. In tegenstelling tot bijvoorbeeld aandelen is de prijs van vastgoed niet “te allen tijde” bekend en wordt de waarde bepaald door o.a. het taxeren van vastgoed. Bij het taxeren van vastgoed wordt ook gekeken naar de prijs van vergelijkbare transacties.

---

<sup>8</sup> Bron: R. Schraven, Van Regionaal naar Nationaal woningmarktevenwicht, ASRE, 2004

<sup>9</sup> Bron: Idem

<sup>10</sup> Bron: W.C. Wheaton, D. Dipasquale, Urban economics an real estate markets, 1996

<sup>11</sup> Bron: P. van Gool e.a Onroerend goed als belegging, Wolter Noordhoff B.V. Groningen/Houten, 2001

Dit brengt ons op een andere imperfectie van de markt, het beperkt aantal transacties per deelmarkt en het zelden openbaar maken van transactiegegevens.

Vastgoed heeft in vergelijking tot andere producten een lange productietijd. Afstemming tussen prijs en hoeveelheid verloopt hierdoor traag. Op de markt voor kantoren speelt dit een grote rol en wordt ook wel de “varkenscyclus” genoemd.

Deze verschillende vormen van marktimperfecties zorgen ervoor dat op de korte termijn overschotten ontstaan aan de vraagzijde of de aanbodzijde van vastgoed. Deze overschotten hebben als gevolg dat de prijzen voor vastgoed niet veel veranderen en zich meer leegstand voordoet.<sup>12</sup>

Door de imperfecties van de vastgoedmarkt is de weergave ervan in een model lastig. Wheaton en DiPasquale hebben een theoretisch model ontwikkeld die de werking van de vastgoedmarkt weergeeft. Het model gaat uit van de deelmarkten; verhuurmarkt, beleggersmarkt en de nieuwbouw/ ruimtemarkt. Samen vormen deze markten het zogenaamde “Real Estate system”<sup>13</sup>

Het model van Wheaton en DiPasquale laat naast het “Real Estate system” ook de gevolgen zien van het veranderen van de vastgoedvoorraad. De gevolgen van exogene krachten op de afzonderlijke

---

<sup>12</sup> Bron: A.R. Marquard, B. Tiemstra, Basissyllabus Vastgoedmarktanalyse, SBV-VGA, ASRE, 2003

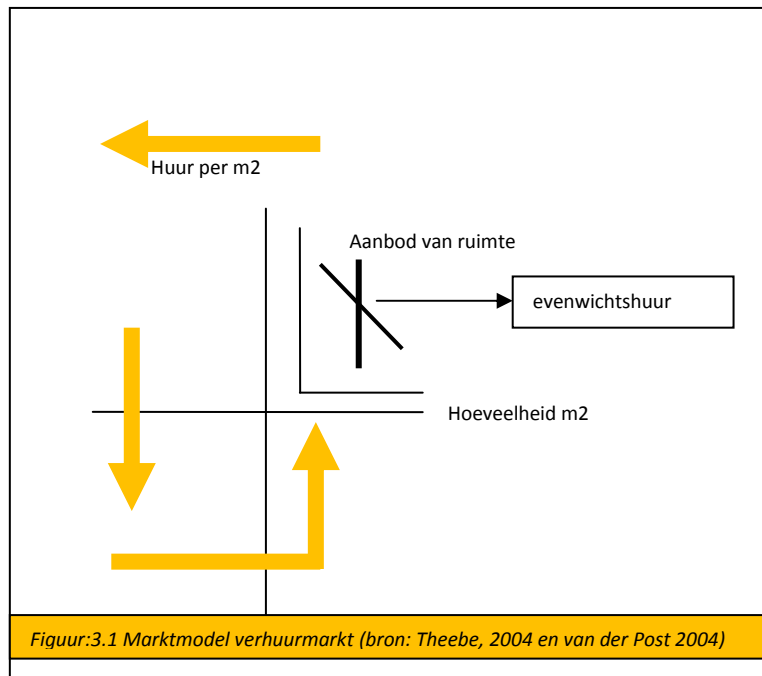
<sup>13</sup> Bron: W.van der Post, Retail ruimte en rendement, ASRE, 2004

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

markten en de beïnvloeding van de drie markten onderling is weergegeven in een vier-kwadranten model.<sup>14</sup>

De verhuurmarkt is de plek waar vraag en aanbod van gebruik van ruimte bij elkaar komen. In figuur 3.1 is de vraag en het aanbod van ruimte binnen een bepaalde economische situatie weergegeven. Een dalende huur heeft een toenemende vraag naar m2 als gevolg en een hogere huur een dalende vraag. Als de vraag gelijk is aan de voorraad dan spreekt men van een evenwichtssituatie waar een bepaald huurniveau uit voort komt.

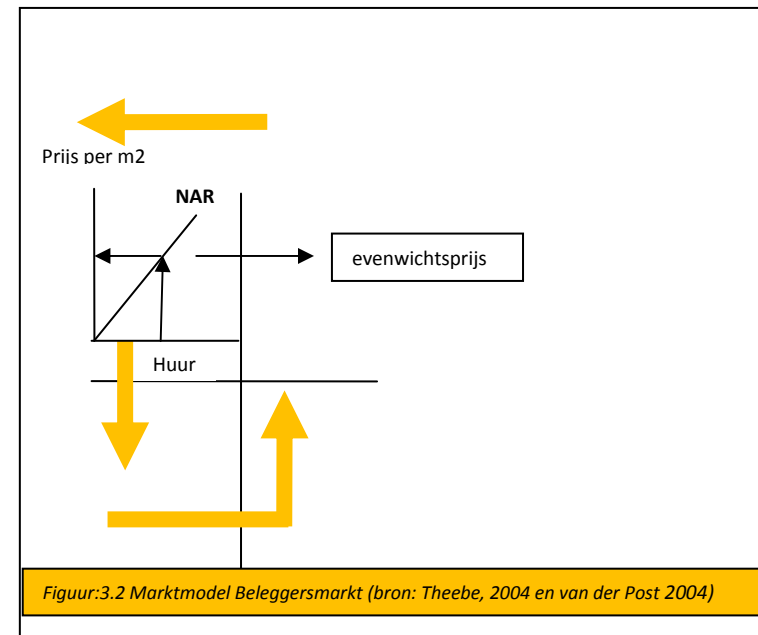
15



<sup>14</sup> Bron: M.A.J. Theebe Theoretische aspecten van Wheaton en Dipasquale, ASRE, 2004

<sup>15</sup> Bron: W.C. Wheaton, D. Dipasquale, Urban economics and real estate markets, 1996

De beleggingsmarkt is de plek waar vraag en aanbod van eigendom bij elkaar komen. Beleggers kopen en verkopen vastgoedobjecten op een vrije markt. Deze vrije markt wordt beïnvloed door huurniveaus van huurmarkt/ gebruikersmarkt en de cap-rate. De cap-rate is de verhouding tussen het huurniveau en het prijsniveau. Door middel van de NAR-methode kan op grond van het netto- aanvangsrendement de beleggingswaarde berekend worden. De uitkomst hiervan vormt geen evenwichtssituatie van vraag en aanbod maar is afhankelijk van de berekening waarin het huurprijsniveau een bepaalde waarde is.

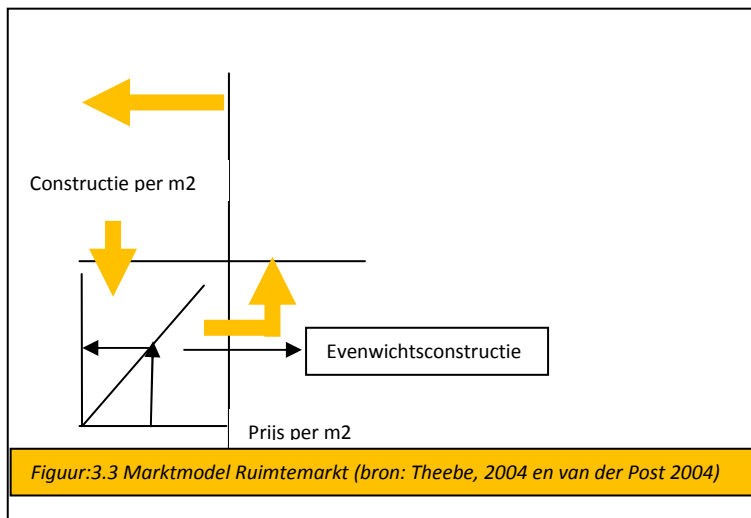




## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

De nieuwbouwmarkt/ruimtemarkt is de markt van nieuwbouw van vastgoed op beschikbare ruimte. De nieuwbouwmarkt wordt bepaald door het huurprijsniveau per m<sup>2</sup>.<sup>16</sup>

Kenmerkend voor de ruimtemarkt is dat vraag en aanbod niet op de nationale schaal bij elkaar komen maar samenkomen in submarkten en deelsegmenten, verschillend per locatie en per individueel vastgoedobject<sup>17</sup>



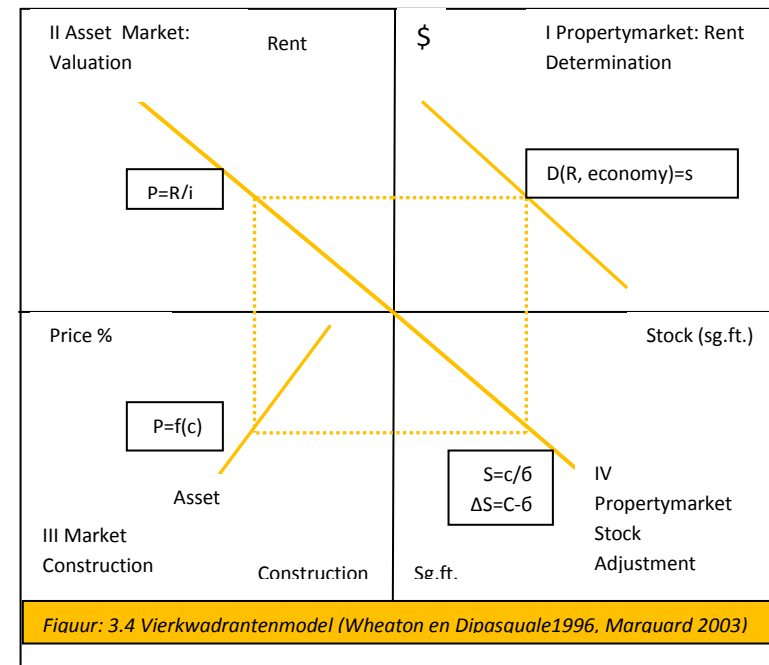
In het vierkwadrantenmodel van Wheaton en Dipasquale komen alle hiervoor beschreven deelmarkten samen in één figuur. Wheaton en Dipasquale gaan er van uit dat de verhuurmarkt, beleggersmarkt en de markt voor nieuwbouw onderling gerelateerd zijn. De drie genoemde deelmarkten kunnen op twee manieren aan elkaar worden gerelateerd.

<sup>16</sup> Bron: W.van der Post, Retail ruimte en rendement, ASRE, 2004

<sup>17</sup> Bron: Idem

De waarde op de verhuurmarkt staat centraal bij de vraag naar verhuurruimte/vastgoed op de beleggersmarkt. Veranderingen in vraag en aanbod naar verhuurbare ruimte beïnvloeden de prijzen op de beleggersmarkt en nieuwbouwmarkt.<sup>18</sup>

In het eerste kwadrant wordt de markt voor verhuurbare ruimte weergegeven door twee assen. Deze drukken de waarde van verhuurbare ruimte uit in Euro's en in m<sup>2</sup>. In de grafiek is te zien



dat de vraag naar verhuurbare ruimte afhangt van de prijs per m<sup>2</sup> verhuurbare ruimte. Als de vraag niet reageert op de waarde per m<sup>2</sup>

<sup>18</sup> Bron: R. Schraven, Van regionaal naar Nationaal woningmarktevenwicht, ASRE, 2004

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

verhuurbare ruimte is er sprake van een inelastische vraag. Als ruimtegebruik wel reageert op de waarde per m<sup>2</sup> dan spreekt men van een elastische vraag en heeft de grafiek een meer horizontale curve. Bij een totaal andere economische situatie verschuift de gehele curve. Als de vraag gelijk is aan het aanbod is er sprake van een evenwichtssituatie. Het tweede kwadrant over de beleggersmarkt, vertegenwoordigt de P-lijn de "Capitalisatie Ratio" en loopt door de oorsprong. De "Cap Rate" van onroerend goed is de lange-termijn rentevoet, de verwachte waardeestijging per m<sup>2</sup>, belastingen en risico.

Het derde kwadrant geeft de bouwmarkt weer. De C-lijn is de vervangingswaarde van onroerend goed. Weinig bouw zorgt voor grote winsten en veel bouw zal niet rendabel zijn. De C-lijn bereikt het exacte bouwaantal als de prijs van onroerend goed gelijk is aan de vervangingswaarde.

Het vierde kwadrant zet de voorraad van verhuurbare ruimte op bouwniveau af tegen de voorraad vastgoedruimte in m<sup>2</sup>. De voorraad is gelijk aan de jaarlijkse realisatie min gesloopte objecten (onttrekking van de voorraad). De lijn die door de oorsprong loopt is het bouwaantal dat jaarlijks moet worden toegevoegd en gelijk is aan de waarde op de verticale as.<sup>19</sup>

Vraag en aanbod naar en van winkelruimte wordt voor een groot deel bepaald door de hoogte van de huurprijzen per vierkante meter. De waarde van het vastgoed bepaalt de hoogte van de huren. Waarde van het vastgoed wordt bepaald door factoren ligging (verzorgingsgebied), oppervlakte, bereikbaarheid, parkeren enz. Hoe beter deze factoren des te aantrekkelijker voor consumenten deze te bezoeken.

---

<sup>19</sup> Bron: R. Schraven, Van regionaal naar Nationaal woningmarktevenwicht, ASRE, 2004

## 3.2 Spanningsvelden op de vastgoedmarkt

Volgens Wheaton en Dipasquale streven de vastgoedmarkten naar een evenwicht tussen vraag en aanbod maar kan dit niet worden bereikt. Dit komt door tekorten of overschotten op de vastgoedmarkt. Bij een gespannen markt is er meer vraag naar vastgoed dan aanbod en bij een ontspannen markt is er meer aanbod dan vraag naar vastgoed.

Daarnaast is er nog een aantal factoren die zorgen voor spanning op de winkelvastgoedmarkt. Dit zijn onder andere;

- De functionele winkelhiërarchie en overheidsbeleid.
- De dynamische vraag van de consument
- Belangen van diverse spelers op de winkelvastgoedmarkt.

### ***De functionele winkelhiërarchie en overheidsbeleid.***

De functionele winkelhiërarchie bestaat uit stad-, stadsdeel-, wijk- en buurtwinkelcentra. Deze winkelgebieden concurreren met elkaar als het gaat om verschillende winkelformules en sluiten in veel gevallen niet aan op de wensen van de consument. Op deze manier is het mogelijk beter in te spelen op de veranderingen van winkelformules en de wensen van de consument. De functionele winkelhiërarchie is een gevolg van een strikt regulier overheidsbeleid. Dit heeft direct invloed gehad op winkelvastgoed als belegging. Doordat de totale voorraad winkelvastgoed gereguleerd ontwikkeld is heeft het ten opzichte van andere deelmarkten een relatief laag leegstandcijfer. Het lage risico van leegstand heeft voor de belegger een stabiliserende invloed op de waarde van het winkelvastgoed. In de "Nota Ruimte" wordt gekozen voor decentralisatie van ruimtelijke beleid. Door het stellen van nieuwe voorwaarden is het voor lagere overheden mogelijk invulling te geven

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

aan het detailhandelsbeleid. Voor beleggers is het noodzakelijk om nauw betrokken te blijven bij het lokale beleid. Op die manier kunnen zij snel reageren op ontwikkelingen op de markt en zorg dragen voor een gezonde winkelvastgoedportefeuille.

### ***De dynamische vraag van de consument***

De factor die bepaalt of een winkelformule functioneert is de consument. Retailers en de overheid hebben moeite om de uiteenlopende vraag van consumenten aan te passen aan de huidige winkelhiërarchie. Het huidige winkelbestand moet zo min mogelijk worden aangetast en aan de andere kant moet er meer ruimte zijn voor dynamiek in winkelvastgoed. In de praktijk blijkt dat de consument het huidige winkelaanbod in Nederland eentonig en uniform vindt. Het is voor de belegger van belang dat de winkelcentra die ze in bezit hebben, zich blijven onderscheiden van andere winkelcentra. Wat het voor de belegger moeilijk maakt is dat consumenten het winkelbestand eentonig vinden maar tegelijkertijd bepaalde winkels wel in een centrum verwachten. Daarnaast zijn het vaak “dezelfde” grote ketens die panden verwerven tegen relatief hogere huurprijzen. Het gevolg hiervan is dat met name A1 locaties veel op elkaar lijken.

### ***Belangen van diverse spelers op de vastgoedmarkt.***

Er kunnen meerde partijen worden onderscheiden als het gaat om de keuze waar winkels zich vestigen. Dit zijn in hoofdlijnen; de vraag van de consument, het beleid dat gevoerd wordt door de overheid en de detailhandel zelf. Zoals al eerder gezegd bepaalt de consument of een bepaalde winkelformule blijft of niet. De detaillist stemt zijn aanbod af op de vraag van de consument. De overheid zorgt er middels beleid voor dat nieuwe ontwikkelingen gereguleerd plaats vinden. In praktijk komt

het er op neer dat wensen van de consument niet altijd te realiseren zijn. Een voorbeeld is dat de vraag naar grootschalige winkelvoorzieningen moeilijk is in te vullen in het centrum van een stad. Het komt ook voor dat de bepaalde ontwikkelingen vanuit ontwikkelaars en overheid geen draagvlak vinden bij detaillisten en consumenten. Een voorbeeld hiervan is de ontwikkeling van de “Mega Mall” in Tilburg.

In september 2007 is er initiatief voor het bouwen van een “Mega Mall” in Tilburg. De gemeente Tilburg en twee ontwikkelaars onderzoeken de mogelijkheden van een complex van minimaal 18 hectare en 100.000 vierkante meter winkelvloeroppervlak. De totale investering wordt geschat op 400 miljoen Euro en richt zich op leisure en vernieuwde retailconcepten.

De gemeenten Breda, Eindhoven, Helmond en Den Bosch zijn tegen de komst van de “Mall”. Onderzoek naar vergelijkbare plannen in Geldermalsen en Venlo laat zien dat de omzet van binnensteden en winkelcentra in de wijde omgeving sterk zal dalen. Uit het onderzoek dat de vier Brabantse gemeenten laten uitvoeren blijkt, dat Tilburgse ondernemers en die van andere Brabantse steden te maken krijgen met omzetverliezen van wel 45%. Vooral de modebranche zou flink geraakt worden.

In oktober 2008 presenteren MKB- Nederland, MKB- Brabant en brancheorganisatie Mitex de uitkomst van hun onderzoek naar de mening van winkelende Tilburgers. Een meerderheid wil geen “Mega Mall” als dit leidt tot leegstand in het stadscentrum. Het is ook ongewenst dat door de komst van de mall grootschalige, landelijk bekende winkels uit het centrum zullen verdwijnen. Blokker Holding verzet zich tegen de komst van de mall omdat naast ontspanning de mall alleen een hevige concentratie van detailhandel is.

Blokker Holding heeft 16 vestigingen in Tilburg en zal zich noodgedwongen ook in de mall moeten vestigen, omdat het bedrijf anders omzet gaat verliezen. Dit zal verpaupering op andere plaatsen tot gevolg hebben. In juni 2009 stemt een overgrote meerderheid van Provinciale Staten van de provincie Noord-Brabant tegen de komst van de shopping mall in Tilburg. Het winkelcomplex zal tijdens een beroepsprocedure bij de Raad van State de eindstreep niet halen. Bij de komst van de mall gaat 12 hectare bos- en natuurgebied verloren zonder dat het zwaarwegende maatschappelijk belang hiervan valt aan te tonen.

Op 4 juni 2009 stemt de bevolking van Tilburg middels een referendum tegen de komst van de mall. Met een opkomst van 35,8 procent stemde 53 tegen.

Deze ontwikkelingen zijn ook van invloed voor de aanbieders/ eigenaren van vastgoed. Voor een belegger is het van belang dat er rendement wordt gemaakt op het vastgoed dat in eigendom is. Bij het ontwikkelen van nieuw winkelvastgoed bestaat de kans dat "oud" winkelvastgoed minder in trek raakt. Het gevolg hiervan is dat er minder rendement gemaakt wordt op de totale portefeuille omdat bepaalde objecten leeg komen te staan of in waarde dalen. Om aan de rendementseis te blijven voldoen zullen deze objecten worden afgestoten. Beleggers in winkelvastgoed moeten rekening houden met het gedrag van consumenten en welke trends deze als gevolgen hebben op de winkelvastgoedmarkt. Iedere vorm van winkelvastgoed heeft zijn specifieke eigenschappen en de daaraan gekoppelde risico's.

### 3.3 Beleggingskarakteristieken van de winkelvastgoedmarkt

Om een beter beeld te krijgen van de positie van winkelvastgoed op de beleggersmarkt zal een aantal beleggingkarakteristieken van winkelvastgoed kort worden besproken.

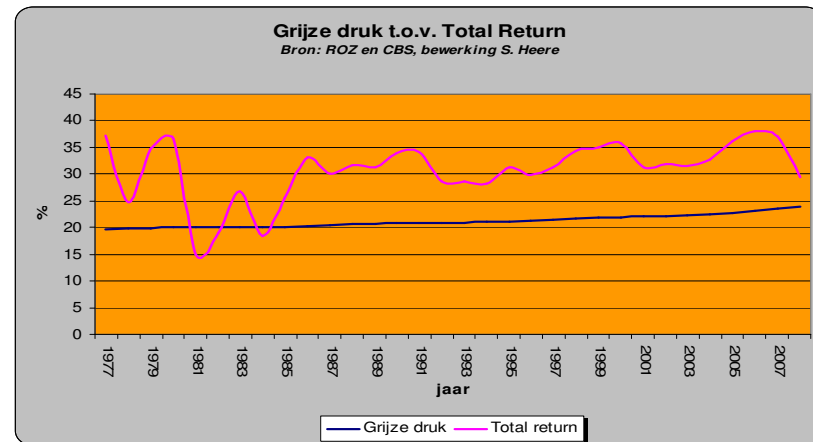
De winkelmarkt is sterk afhankelijk van de economische situatie. Vanaf 2001 ontstond er veel leegstand op de zogenoemde B- en C-locaties. Dit was een direct gevolg van de lage economische groei, het gebrekkige consumentenvertrouwen en de invoering van de euro begin 2002. In aanloopstraten steeg de leegstand door de groei van faillissementen van winkeliers. De huurprijzen kwamen onder druk te staan en dit werd versterkt door de prijzenoorlog onder supermarktketens. Toen in 2006 de economie weer aantrok gingen de verhuurmarkten weer omhoog. De beleggingsmarkten voor vastgoed stegen, ondanks de problemen op de verhuurmarkt vanaf 2003. Dit was het gevolg van de lage aandelenkoersen, daling van de lange termijn rente en relatief hoge dividendrendementen voor vastgoed. Ondanks dat in 2006 de omzetten bij winkeliers sterk onder druk stonden bleef de interesse om te beleggen in vastgoed hoog en daalden de aanvangsrendementen. Oorzaken hiervan zijn de beperkte cashflowrisico's en verwachte huurgroei. Een verslechterd economisch klimaat heeft schaalvergroting als gevolg gehad. Bij een teruglopende economie is er meer vraag naar discounters en treedt branchevervaging sneller op. Wijzigingen in te voeren beleid maakten het mogelijk grootschalige winkelvoorzieningen te ontwikkelen. In binnensteden is geen plek voor grootschalige voorzieningen en deze werden dus geconcentreerd in perifere gebieden. Beleggers spelen op deze ontwikkeling in door stedelijke winkelcentra te upgraden en in de periferie grootschalige detailhandel te realiseren.

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

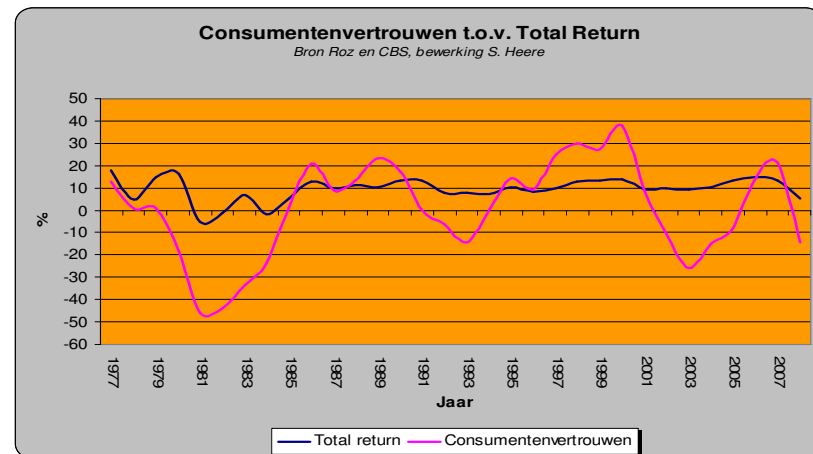
Tijdens perioden waar het economisch minder gaat zijn er altijd winkeliers en formules die verdwijnen waardoor de winkelmarkt grotendeels een verplaatsingsmarkt wordt. Gevolg hiervan is dat leegstand ontstaat op de mindere locaties.

Anno 2009 heeft de winkelmarkt te maken met economisch mindere tijden. Het aantal beleggers dat negatieve rendementen haalt op vastgoed stijgt, al zijn deze niet zo groot als bij andere beleggingsvormen. Voor beleggers die direct in vastgoed investeren is de terugloop in rendement minder sterk dan voor beleggers die indirect in vastgoed investeren. Dit komt deels door het feit dat beleggers in direct vastgoed dichter op de marktontwikkelingen zitten.

De winkelvastgoedmarkt is voortdurend in beweging. Daarom moeten beleggers hun strategie voortdurend toetsen en aanpassen aan de ontwikkelingen in de markt. Demografische en planologische ontwikkelingen moeten vroegtijdig worden vertaald naar kansen en bedreigingen voor de waardeontwikkeling van hun beleggingen. Als de ontwikkeling van de grijze druk in Nederland vergeleken wordt met het totaal rendement op winkelvastgoed dan geeft dit geen bijzonder beeld. Begin jaren tachtig is er een daling in het rendement te zien door de toenmalige economische crisis.



Als het consumentenvertrouwen vergeleken wordt met het totale rendement op winkelvastgoed is te zien dat ondanks grote verschillen in consumentenvertrouwen, het rendement op winkelvastgoed stabiel blijft. Dit komt doordat het consumentenvertrouwen invloed heeft op bestedingen op korte termijn en niet op lange termijn. Het consumentenvertrouwen beweegt mee met de conjunctuurcyclus maar heeft op lange termijn geen invloed op de gemiddelde bestedingen.



## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

Tot slot nog enkele beleggingskarakteristieken<sup>20</sup>:

### *Binnenstedelijke winkels*

- In het algemeen is het totale investeringsbedrag voor winkelvastgoed lager dan bij kantoren en bedrijfsruimte
- In tegenstelling tot andere vormen van vastgoed vormt de grondwaarde een groter deel van de totale waarde.
- Door een actieve beleggingsmarkt is winkelvastgoed (op goede locaties ) in verhouding tot andere typen vastgoed een liquide belegging.
- De factor locatie speelt bij winkelvastgoed een veel prominere rol. Een goede locatie zorgt voor meer omzet.
- Bij goede locaties is weinig leegstand.
- Beleggen in winkelvastgoed vergt specifieke marktkennis van detailhandel
- Rendement is opgebouwd uit direct en indirect rendement. Deze fluctueren veel omdat er vaak sprake is van één huurder en wisselende perspectieven per winkelgebied.
- Omdat risicospreiding door branchesamenstelling niet mogelijk is, hebben solitaire winkels een hoger risicoprofiel dan winkelcentra.

### *Winkelcentra*

- Hoge investeringsbedragen
- Verwerving en beheer van winkelcentra is erg complex
- Management van een winkelcentra kan gecentraliseerd plaats vinden.
- Winkelcentra moeten permanent worden aangepast aan de wensen van de consument.
- Eigenaar is verantwoordelijk voor management.
- Door branchemix is het risico gespreid.
- Nieuwbouw stuit vaak op weerstand van lokale overheid en gevestigde winkeliers.

---

<sup>20</sup> Bron: M. Tordoir, Afstudeerscriptie Beleggen in PDV's interessant?, RUG 2007

## **Hoofdstuk 4 Ontwikkelingen aan de vraagzijde van de winkelvastgoedmarkt.**

In het vorige hoofdstuk is ingegaan op de werking van vraag en aanbod op de vastgoedmarkt. Voor een nadere focus op de vraagzijde van winkelvastgoed zal in dit hoofdstuk worden ingegaan op de invloed van demografische ontwikkelingen, maatschappelijke/economische ontwikkelingen en knelpunten en theoretische aanknopingspunten op de vraag naar winkelvastgoed in Nederland. Deze ontwikkelingen worden toegespitst op de vraag naar metrages, kwaliteit en locatie van winkelvastgoed.

### **4.1 Demografische ontwikkelingen**

Het is noodzakelijk de demografische ontwikkelingen in Nederland in beeld te krijgen om uitspraken te kunnen doen over de vraag naar hoeveelheid metrages, kwaliteit en locaties van winkelvastgoed.

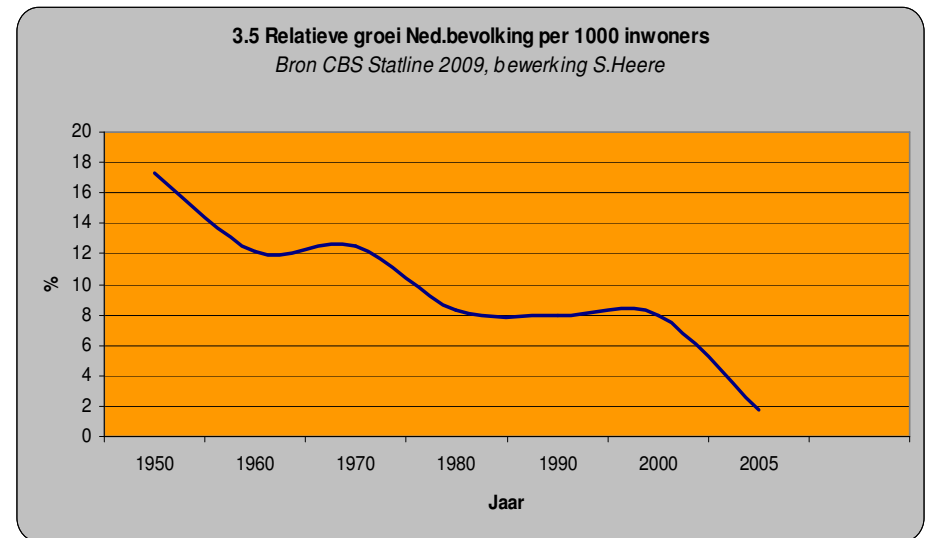
#### **4.1.1 Bevolkingsontwikkeling**

Op 1 januari 2008 telde Nederland 16,4 miljoen inwoners, 150 jaar geleden waren dit er nog 3 miljoen. Het aantal inwoners in Nederland nam in 2007 met 46 duizend toe. Deze toename was bijna twee keer zo sterk als in 2006, toen een historische lage groei werd gemeten.<sup>21</sup>

De afgelopen 150 jaar is de bevolking in Nederland dus vervijfvoudigd. In de afgelopen 100 jaar is het groeipercentage van de Nederlandse bevolking nooit negatief geweest. (overzicht laatste 60 jaar, zie figuur 3.5) De geboortegolf net na de tweede wereldoorlog zorgt voor een piek in de

<sup>21</sup> Bron: [www.cbs.nl](http://www.cbs.nl), historie bevolking 1899-2005. Via <http://statline.cbs.nl>

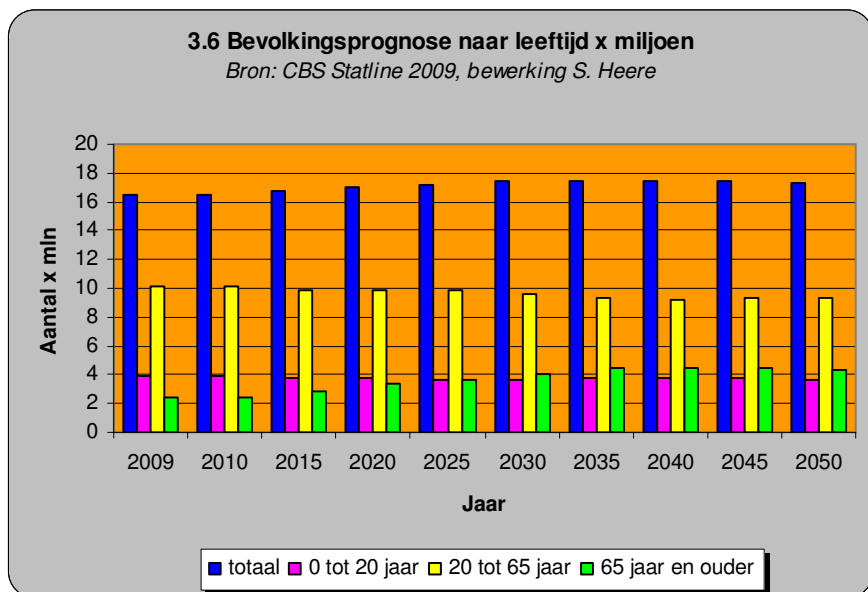
bevolkingsgroei. Op het hoogste punt bedroeg deze groei 2,6 procent. Tot 1970 werd de bevolkingsgroei voornamelijk veroorzaakt door natuurlijke aanwas van de bestaande bevolking. Vanaf de jaren 70 daalde het geboortecijfer en steeg het sterftcijfer in Nederland. De daling van het geboortecijfer is te verklaren door de daling van het gemiddelde aantal geboren kinderen per vrouw en de toename van de gemiddelde leeftijd waarop vrouwen kinderen krijgen. Het aantal geboorten begon in de jaren negentig weer iets toe te nemen en sinds de jaren 70 heeft Nederland te maken met een structureel vestigingsoverschot waar het aantal immigranten groter is dan het aantal emigranten.



Volgens prognoses van het CBS zal de bevolkingsgroei tot 2035 toenemen. (zie figuur 3.6) Na 2035 zal er landelijk een bevolkingskrimp intreden. Deze krimp is te verklaren uit het lage geboortecijfer in Nederland. Het huidige vruchtbaarheidscijfer van 1,7 ligt ruim onder het

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

vervangingsniveau van 2,1 kind per vrouw. De verwachting is dat het vruchtbaarheidscijfer onder het vervangingsniveau zal blijven<sup>22</sup>. Deze ontwikkeling zal op den duur tot een bevolkingsafname leiden.

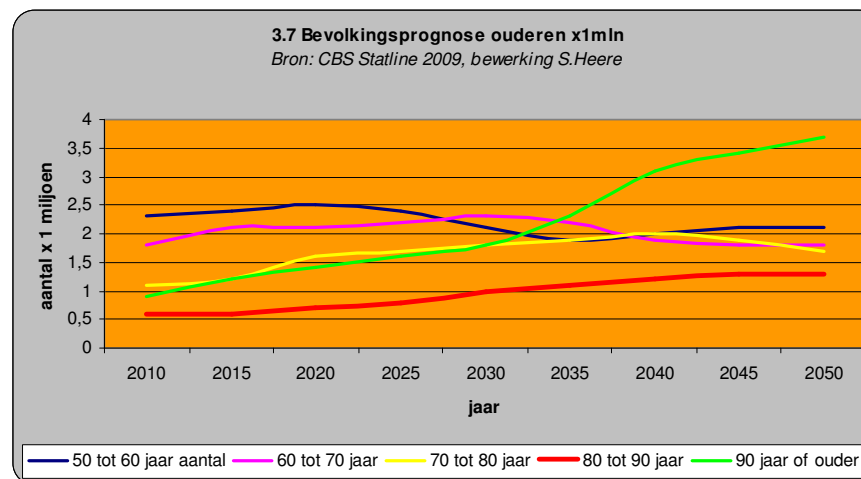


Tot 2025 zal het aantal jongeren in Nederland sterk afnemen. Door deze ontgroening zal jaarlijks het aantal jongeren van 0 tot 20 jaar met 350.000 afnemen. Ook zal de beroepsbevolking duidelijk in omvang afnemen. Tot 2010 zal deze groep vrij stabiel blijven maar zal na 2010 tot 2040 met 1 miljoen afnemen.

<sup>22</sup> Bron: M.J. Van der Meer, 2006, Older adults and their sociospatial integration in the Netherlands. Utrecht/ Amsterdam: Koninklijk Nederlands Aardrijkskundig Genootschap

## 4.1.2 Vergrijzing en ontgroening van Nederland

De Nederlandse bevolking vergrijsd. Zoals al eerder aangegeven dit het gevolg van veranderingen in de bevolkingsamenstelling. Om aan te geven dat het aandeel ouderen in de totale bevolking stijgt (en dus een stijging van de gemiddelde leeftijd) wordt de term vergrijzing gebruikt. Het CBS voorspelt dat het aantal 55- plussers en het aantal 65 plussers sterk zal toenemen. Het aandeel 55- plussers zal in 2031 het hoogst zijn. In 2031 is er een piek van ruim 6,2 miljoen 55- plussers waar er nu 4,4 miljoen in Nederland zijn. Het aantal ouderen, ouder dan 65 jaar zal, tussen 2005 en 2040 toenemen van 2,3 miljoen naar 4,1 miljoen. Ook het aantal 75- plussers en 85 plussers zal fors toenemen. Het aantal 75- plussers zal in 2045 zijn gestegen tot 2,3 miljoen personen. Dit is meer dan de helft van het huidige aantal. Tot 2045 zal het aantal bejaarden van 85 jaar en ouder met een factor 2,5 toenemen. Er is in dit verband dus sprake van een dubbele vergrijzing. (zie figuur 3.7)





## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

Oorzaak van deze vergrijzing is een combinatie van verschillende factoren:

- De naoorlogse “Babyboomgeneratie” wordt ouder.
- Sterke daling van het geboortecijfer in de jaren 60 en 70 van de twintigste eeuw.
- Het naar elkaar toegroeien van de levensverwachting van mannen en vrouwen. De gemiddelde leeftijd van mannen is toegenomen van 70,4 naar 76,0 jaar. De gemiddelde leeftijd van vrouwen is gestegen van 72,7 naar 80,7 jaar)

Naast de vergrijzing is er in Nederland ook sprake van ontgroening. Als gevolg van een dalend geboortecijfer neemt het aantal jongeren in Nederland af. Ontgroening komt over het algemeen voor in landen waar de omstandigheden sterk zijn verbeterd. De gemiddelde leeftijd waarop vrouwen kinderen krijgen ligt hoger en het aantal kinderen neemt af. Dit komt doordat ook steeds meer vrouwen doorstuderen en aan een carrière werken. De leeftijdsdiagrammen zullen dus transformeren van een piramide- vorm (expanderende bevolking) naar een urn- vorm (krimpende bevolking)<sup>23</sup>

De vergrijzingsgolf heeft ook invloed op de leeftijdsopbouw van het aantal allochtonen in Nederland. In de periode tot 2050 zal het aantal niet-westerse allochtonen met 16% van de totale bevolking van Nederland toenemen. Het totaal aantal niet- westerse allochtonen is dan gestegen naar 2,6 miljoen, dit is een toename van 50 procent ten opzichte van nu.

<sup>23</sup> Bron: [http://www.digischool.nl/ak/onderbouw-vmbo/materiaal/begrip/b\\_bevolk.htm](http://www.digischool.nl/ak/onderbouw-vmbo/materiaal/begrip/b_bevolk.htm)

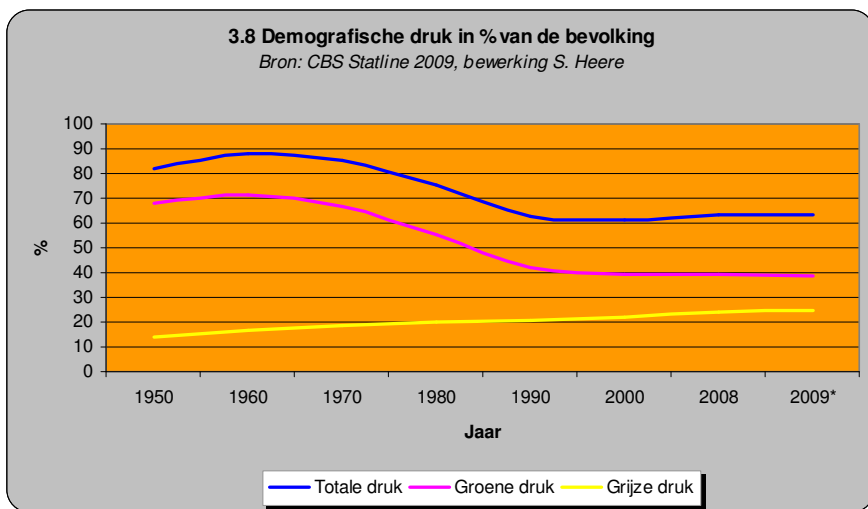
Het aandeel niet- westerse 65- plussers zal tot 2050 stijgen naar een aantal van bijna een half miljoen. Dit is een stijging van 700 procent ten opzichte van nu. Deze stijging is te verklaren doordat deze allochtonen die in de jaren 60 en 70 als gastarbeider naar Nederland zijn gekomen, dan de pensioengerechtigde leeftijd hebben bereikt.

<b>4.1 Aantal Allochtone 65+ in Nederland</b>				
<i>Bron: CBS Statline 2009, bewerking S. Heere</i>				
	<b>2007</b>	<b>2025</b>	<b>2040</b>	<b>2050</b>
<b>Niet Westers 65,</b>	57.023	174.893	353.871	458.230
<b>Westerse 65+</b>	222.996	338.192	384.662	390.732
<b>Totaal Niet Westerse Allochtonen</b>	1.738.105	2.159.200	2.488.041	2.691.340
<b>Totaal Westerse Allochtonen</b>	1.432.006	1.662.487	1.903.684	2.105344

De leeftijdsgroep 20 tot 64 jaar (productieve leeftijdsgroep) krimpt in verhouding tot de leeftijdsgroep 0-19 en 65+ (niet productieve leeftijdsgroep). Dit betekent dat de demografische druk in Nederland toeneemt. Een demografische druk van 60 betekent dat op de 100 mensen uit de productieve leeftijdsgroep er 60 staan uit de niet productieve leeftijdsgroepen. Als de demografische druk verbetert wordt het percentage lager en als de demografische druk verslechtert dan wordt het percentage hoger. De grijze druk is op dit moment 24 procent. Dit zal in 2040 opgelopen zijn tot ongeveer 47 procent. Op dit moment zijn er

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

dus voor elk persoon van 65 jaar en ouder vier personen in werkbare leeftijd. Dit zal in de toekomst dalen naar twee personen.



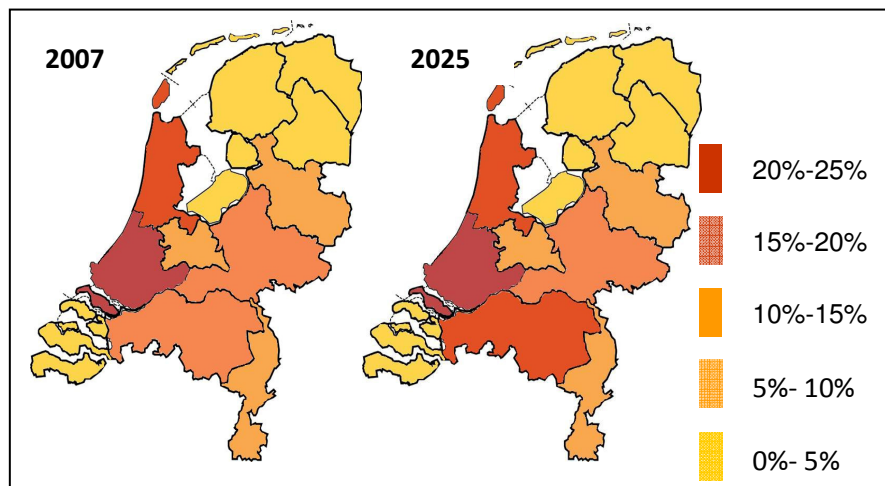
Groene druk is de druk van het aantal kinderen en jongeren (in principe niet werkend) dat moet worden onderhouden door de productiviteit van het (in potentie) werkende deel van de bevolking.

Grijze druk is de druk van het aantal ouderen (in principe niet werkend) dat moet worden onderhouden door de productiviteit van het (in potentie) werkende deel van de bevolking.

### 4.1.3 Vergrijzing per regio in Nederland

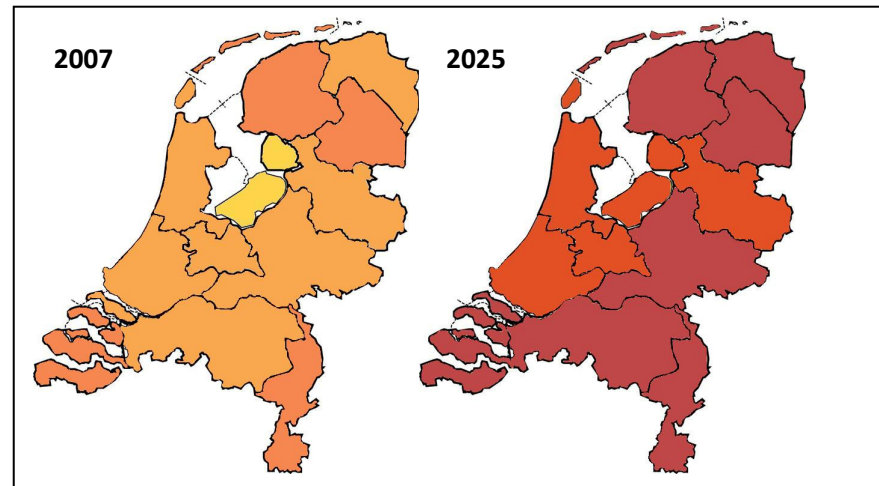
Als men kijkt naar de vergrijzing van Nederland per regio zijn er grote verschillen te zien. De provincie met het hoogste aantal inwoners heeft ook het meeste aantal ouderen. Dit is de provincie Zuid- Holland. Volgens de prognoses van het CBS zal de spreiding van ouderen over Nederland in 2025 nauwelijks veranderd zijn. Deze prognoses worden bepaald door de verwachte ontwikkelingen in demografische groeicomponenten als geboortecijfer, sterftcijfer en migratiecijfers. Er wordt dus ook uitgegaan van de verwachte verhuismobiliteit.

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.



**Figuur 3.9 Spreiding 65-plussers over Nederland (in procenten), 2007-2025** Bron: CBS, 2007

Een overzicht van het percentage ouderen in de lokale bevolking geeft een heel ander beeld. Het aandeel 65-plussers zal in alle provincies van Nederland flink gaan toenemen. Opvallend is de sterke groei van 65-plussers in de provincie Limburg. De noordelijke provincies zullen in 2025 rond het Nederlands gemiddelde van 21% zitten. In de provincies Friesland, Groningen, Zeeland en Limburg ligt het percentage ouderen op dit moment hoger dan in de rest van Nederland.



**Figuur 3.10 Aandeel 65-plussers per provincie (in procenten), 2007-2025** Bron: CBS, 2007

In het rapport 'Structurele bevolkingsdaling, een urgente nieuwe invalshoek voor beleidsmakers' haalt Derks de gevolgen van de bevolkingsdaling na 2035 aan. Landelijk moet men rekening houden met een bevolkingsdaling in 2035 maar Derks stelt dat in sommige regio's de daling al aan de gang is. Het gaat hier dan om de provincie Limburg en verschillende corop-regio's in Noord Nederland. De krimp van de bevolking is volgens Derks al begonnen in corop-regio's als Zuidoost Friesland, Zuidoost Drenthe en Delfzijl. Binnen enkele jaren zullen ook in de corop-regio's Oost Groningen, Noord en Zuidwest Drenthe de

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

bevolkingsaantallen teruglopen. In de rest van Groningen en Friesland zal de krimp van de bevolking pas in 2015 beginnen.<sup>24</sup>

In het programma Buitenhof<sup>25</sup> geven de heren Calon, de Zeeuw en Gorgels hun visie op de krimp in Nederland. De tweedeling van Nederland verscherpt met de Randstad als economische motor en het platteland dat ontvolkt. Drie van de vier plattelandsgemeenten krijgt te maken met leegstand.

De Zeeuw schetst dat krimp nu al voorkomt in de gebieden Zuid-Limburg, Noord-Oost Groningen, Zeeland en Zeeuws Vlaanderen. Deze gebieden zullen in 2025 uitgebreid zijn tot grote zones waar ook Oost- Brabant, West- Brabant, Zuid- Holland en Kop van Noord Holland bij horen. Maar het grootste gebied zal toch lopen vanaf de kop van Overijssel en de provincies, Drenthe Friesland en Groningen. Alleen in de Regio Groningen- Assen zal nog groei plaatsvinden door de aanwezigheid van kennis en zorg. In Nederland zal een economische kernzone ontstaan tussen Amsterdam, Utrecht, Den Bosch en Eindhoven waar economische ontwikkelingen en werkgelegenheid correleren aan de prijzen van vastgoed.

Het probleem wordt volgens Calon veroorzaakt door het dalende aantal kinderen, de trek van mensen naar de zogenoemde “Hot Spots” waar type werk is dat mensen aantrekt en de buitenlandse migratie. Een stimulans voor het krijgen van meer kinderen is een betere economie. Verder moet

---

<sup>24</sup> Bron: W. Derks., P. Hovens en L. Klinkers , Structurele bevolkingsdaling, een urgente nieuwe invalshoek voor beleidsmakers. Maastricht: Universiteit Maastricht. 2006

<sup>25</sup> Bron: Buitenhof, aflevering 841, zondag 21 dec.2008

men inspelen op het verbeteren van de bereikbaarheid van voorzieningen door een hoogwaardig openbaar vervoer. Men moet er in de toekomst rekening mee houden dat door schaalvergroting niet in elk dorp alle voorzieningen beschikbaar zullen zijn.

Volgens De Zeeuw kan een betere bereikbaarheid ook een averechts effect hebben, ook wel het “Westerscheldetunnel- effect”.<sup>26</sup> De bedoeling was om Zeeuws Vlaanderen een stimulans te geven maar daarentegen vertrokken veel voorzieningen naar Goes.

Volgens Gorgels is een andere manier van denken nodig. Er wordt te veel in groei gedacht en niet in kwaliteit. Dit komt door de huidige opbouw van economische systemen. Een wethouder wordt afgerekend op groei. Deze systemen moeten overboord worden gezet en plaats maken voor kwaliteitsdenken. De aanpak van de “Vogelaar wijken” is terecht maar andere regio’s mogen daar niet financieel de dupe van worden.

### 4.1.4 Vergrijzing in West- Europa

Om de Nederlandse vergrijzingcijfers in perspectief te plaatsen, geeft deze paragraaf de vergrijzingcijfers van andere West-Europese landen weer.

Opmerkelijk is dat in de top-twintig van meest vergrijsde landen ter wereld de nummers 2 t/m 20 Europese landen zijn. (Japan is nummer 1) Van de 27 EU-landen hebben er 24 een index van meer dan 100. Alleen Luxemburg, Cyprus en Ierland zijn ‘relatief’ groen. Omstreeks 2025 zal Italië de koppositie van Japan hebben overgenomen. Halverwege deze eeuw is de vergrijzing over zijn hoogtepunt heen en zal gaan dalen. De EU-

---

<sup>26</sup> Het “Westerschelde- effect” zijn de negatieve gevolgen zoals bedrijf- en bevolkingsmigratie uit steden die door de tunnel beter bereikbaar zijn geworden.

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

lidstaten België, Denemarken, Finland, Italië, Luxemburg, Nederland, het Verenigd Koninkrijk en Zweden evenals Noorwegen laten nog een zeer geringe stijging van de vergrijzing zien. (Verenigde Naties 2007)<sup>27</sup>

4.2 19 meest vergrijzde landen in West- Europa						
<i>Bron: Verenigde Naties 2007, bewerking S. Heere</i>						
	2007		2025		2050	
	<i>Index</i>	<i>Rank</i>	<i>Index</i>	<i>Rank</i>	<i>Index</i>	<i>Rank</i>
Italië	189.9	1	228.5	1	315	1
Duitsland	182.3	2	236	2	235	8
Griekenland	166	3	223.1	4	269	5
Oostenrijk	156.1	4	233.9	3	274	4
Spanje	149.2	5	212.4	6	278	3
Portugal	144.3	6	209	7	253	6
Zwitserland	142.9	7	218.6	5	217	10
Zweden	142.8	8	165.8	14	192	14
België	139.2	9	198.2	8	219	9
Finland	134.3	10	190.9	10	213	11

<sup>27</sup> Bron: Verenigde Naties 2007. World Population Ageing 2007. ST/ESA/SER.A/260. New York: VN, 517 pp. (zie ook: <http://www.un.org/esa/population/publications/WPA2007/wpp2007.htm>)

Ver. Koninkrijk	124.7	11	156.7	16	179	18
Frankrijk	121.1	12	176.2	13	210	12
Malta	119.9	13	184.9	11	239	7
Denemarken	117.9	14	162.6	15	169	17
<b>Nederland</b>	<b>112.6</b>	<b>15</b>	<b>184.9</b>	<b>12</b>	<b>201</b>	<b>13</b>
Polen	112.3	16	191.6	9	285	2
Noorwegen	108	17	155.6	17	184	16
Luxemburg	98.6	18	135.1	19	165	19
Cyprus	91.8	19	136.5	18	187	15

Nederland is dus niet het enige land waar vergrijzing van de bevolking optreedt. Ook in andere West- Europese landen stijgt het aantal 65-plussers. Ten opzichte van de rest van West- Europa is Nederland een van de minst vergrijzende landen. In 2007 bedraagt het aantal ouderen in de Nederlandse bevolking 14 procent. In Duitsland en Italië ligt dit percentage met respectievelijk 19,7 en 20 procent een stuk hoger. Doordat het geboortecijfer in Nederland hoger ligt dan in de rest van West-Europa heeft Nederland een relatief jonge bevolking.

### 4.2 Maatschappelijke knelpunten door demografische ontwikkelingen.

Demografische ontwikkelingen als vergrijzing hebben een aantal maatschappelijke knelpunten tot gevolg. In deze paragraaf zal een aantal van deze knelpunten uiteen worden gezet.

Brounen en Eichholtz stellen dat op lange termijn de vraag naar vastgoed zal worden bepaald door demografie en prijsontwikkelingen.<sup>28</sup> Ze gaan uit van verschillende scenario's voor de verschillende deelmarkten. De scenario's voor de deelmarkten kantoren, woonruimte en winkels worden als volgt beschreven:

De ontwikkeling van de beroepsbevolking is bepalend voor de ontwikkeling van de kantorenmarkt. Sinds de Tweede Wereldoorlog is de kantorenmarkt een groeimarkt. Nu is echter een omslag te zien van een groeimarkt naar een vervangingsmarkt. De vraag naar kantooruimte is door de demografische ontwikkelingen gedaald. Er zijn nog wel mogelijkheden voor groei. Door een grotere arbeidsparticipatie van vrouwen uit de beroepsbevolking, reductie van het aantal arbeidsongeschikten en het afschaffen van vroegpensioenregelingen kan de vraag naar kantooruimte weer toenemen.

De kwantitatieve vraag naar woonruimte wordt bepaald door het aantal huishoudens. Brounen en Eichholtz concluderen dat het aantal huishoudens het product is van de totale bevolkingsomvang en de gemiddelde omvang van een huishouden. Brounen en Eichholtz stellen dat in 2035 het aantal huishoudens in Nederland zal zijn gestegen tot 8,3

---

<sup>28</sup> Bron:ESB“Vastgoed kraakt onder demografische druk” Brounen & Eichholtz,pag 150, 2004

miljoen. Volgens Brounen en Eichholtz zal het nog jaren duren voordat de woningmarkt naar een vervangingsmarkt transformeert.

Voor de vraag naar winkels stellen Brounen en Eichholtz dat de omvang van de bevolking bepalend is. De netto vraag naar winkelvastgoed zal alleen groeien als de bevolkingsomvang en de koopkracht groeien. Op basis van demografische gegevens zal het Nederlandse bevolkingsaantal in 2030 zijn hoogtepunt hebben bereikt. De nominale loonontwikkeling in het bedrijfsleven zal tot 2020 nog met ongeveer 65% toenemen ten opzichte van 2004. De markt voor winkelvastgoed zal bescheiden blijven groeien tot vanaf 2030 de bevolkingsaantallen niet meer zullen toenemen.

De kantorenmarkt zal het snelst te maken krijgen met de demografische omslag omdat de beroepsbevolking het eerst zal gaan afnemen. Voor winkels en woningen in Nederland is de verwachting dat deze nog een decennium zullen groeien. Brounen en Eichholtz stellen dat huurprijzen en koopsommen stabiel kunnen blijven als het aanbod zal worden aangepast. In navolging hierop is een drietal factoren die op korte- en middellange termijn van invloed kunnen zijn op de drie vastgoeddeelmarkten. Dit zijn de factoren:

#### **1. Verandering in geboorte- en sterftcijfers**

#### **2. Stijging van het immigratiecijfer.**

(Door een gespannen arbeidsmarkt is de invloed van immigratie groter dan oorspronkelijk werd aangenomen)

#### **3. Binnenlandse migratie.**

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

De demografische verwachtingen gelden voor heel Nederland maar zullen zich niet gelijk gespreid over Nederland voordoen. Regio's die mensen aantrekken zullen meer behoefte hebben aan gebouwde ruimte.

### 4.3 Maatschappelijke en Economische ontwikkelingen

De vraag naar winkelvastgoed wordt sterk beïnvloed door het aantal consumenten en hun bestedingspatroon. Deze twee factoren maken onderdeel uit van een "doelgroep". In deze paragraaf zal een theoretische beschrijving worden gegeven van verschillende doelgroepen. Er wordt bekeken of de leefstijl van ouderen zal veranderen en wat dit voor effect heeft op hun bestedingspatroon. Als laatste wordt onderzocht wat het effect is van veranderingen van het inkomen en vermogen van ouderen op de omzet van detailhandel.

#### 4.3.1 Wie zijn de ouderen van de toekomst?

De ouderen in onze maatschappij vormen geen homogene groep en zijn te verdelen in vijf generaties (Becker1992)<sup>29</sup>. Deze generaties zijn clusters van geboorteaargangen als gevolg van oorlogen, economische crises en andere grote veranderingen (zie tabel 4.3). Deze trendbreuken hebben invloed op de manier waarop generaties leven en er zijn dus ook verschillen in kansen voor individuen.

<sup>29</sup> Bron: Becker, Generaties en hun kansen. Amsterdam 1992: Meulenhof

4.3 Generaties volgens Becker		
Bron: Becker 2009, bewerking S.Heere		
	Geboren tussen	Leeftijd in 2007
Vooroorlogse generatie	1910 en 1930	77 tot 95 jaar
Stille generatie	1930 en 1940	67 tot 77 jaar
Protestgeneratie	1940 en 1955	52 tot 67
Verloren generatie	1955 en 1970	37 tot 52
Pragmatische generatie	Na 1970	37 of jonger

De ouderen van nu zijn afkomstig uit de Vooroorlogse en de Stille generatie. Deze ouderen verschillen met Protestgeneratie. De Protestgeneratie zijn de ouderen van de toekomst met een hoger opleidingsniveau en inkomen dan de huidige generatie ouderen. Door een gezondere levensstijl zullen ouderen uit de Protestgeneratie vitaler en mobieler zijn dan de twee generaties voor hen. De manier van leven zal voor de toekomstige ouderen in het teken staan van actief, gezondheid, krachtig en mobiel.<sup>30</sup>

Op basis van de waarden van Rokeach<sup>31</sup> gaat men uit van psychologische segmentatie. Bij deze segmentatie worden acht subgroepen gevormd op basis van overeenkomsten in waardehiërarchie van ouderen.

<sup>30</sup> Bron: Overbeek et al, Vergrijzing in Nederland, naar een toekomst gericht ouderenbeleid. Utrecht 2005

<sup>31</sup> Bron: Rokeach, The Nature of Human Values, 1973

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

**Traditionelen:** het actief zorgen (beschermen, vergroten) voor het welzijn van anderen, altruïstisch, behoudend, gericht op rust en vrede. Dit segment bevat relatief veel vrouwen, ouderen en lager opgeleiden. Ze hebben een sterke voorkeur voor CDA, ChristenUnie en SGP.

**Conservatieven:** niet willen opvallen, zich aan normen en regels houden, gericht op eigen wereldje, veel vooroordelen en 'ze-denken'. Ook dit segment telt relatief veel vrouwen en lager opgeleiden. Ze hebben een gemiddelde leeftijd. Voorkeur voor grote politieke partijen en niet voor D'66, GroenLinks of SP.

**Hedonisten:** lichamelijk en emotioneel genot, plezier, impulsiviteit, gezelligheid, gemakzucht. Het segment heeft iets meer mannen dan vrouwen, is jonger dan gemiddeld, is lager opgeleid. Hoog percentage 'weet niet' en 'gaat niet stemmen'.

**Modalen:** zijn in alles 'gemiddeld'.

**Ambitieuze materialisten:** succes, competentie, ambitie, acceptatie, 'scoren', verdienen, comfortabel leven, 'bitchy' en 'macho'-gedrag. Ambitieuze materialisten zijn vaak mannen, jongeren, gemiddeld opgeleid. Vaak tweeverdieners. Voorkeur voor PVV en VVD.

**Professionals:** onafhankelijkheid, ontwikkelen, iets bereiken, een soort yppen. Professionals zijn vaak mannen, gemiddeld vrij jong, hoog opgeleid. Vaak tweeverdieners. Hebben vaak een voorkeur voor PVV en VVD.

**Progressieven:** begrip van en voor anderen, zichzelf en de wereld daar om heen, wereldverbeteraars, babyboomers. Bij de progressieven vinden we iets meer vrouwen dan mannen, de gemiddelde leeftijd is iets hoger. Ze

zijn hoog opgeleid en hebben een hoog inkomen. Vaak hebben ze een voorkeur voor D'66 en juist niet voor CDA.

**Sociaal geëngageerden:** harmonie, stabiliteit en veiligheid, zowel in de samenleving als geheel, als in de eigen leefwereld, de eigen situatie en relaties. Ook bij de sociaal geëngageerden gaat het vaker om vrouwen dan mannen, iets ouder, voor hun leeftijd hoog opgeleid. SP, GroenLinks en ChristenUnie hebben vaak de voorkeur.<sup>32</sup>

Uit marktonderzoek van GFK (Growth of Knowledge Research bureau) is gebleken dat in 2007 speciaalzaken terrein hebben verloren ten opzichte van grotere ketens. Het merendeel van de consumenten wil, vooral bij de dagelijkse boodschappen, snel en efficiënt winkelen. De oudere generatie bezoekt nog regelmatig een speciaalzaak. De "oudere consument" laat zich beter informeren en neemt weloverwogen beslissingen bij aankopen. Daarbij wil de "oudere consument" kwaliteit en deze is bereid daar ook voor te betalen. Vraag is dus ook of speciaalzaken met de komende vergrijzing ook een betere levensvatbaarheid zullen krijgen. Zijn er nieuwe kansen voor de speciaalzaak in buurtwinkelcentra of is het kwaad al geschied en zullen alleen de grote retailers inspringen op de vergrijzing?<sup>33</sup>

Volgens de STEC-groep krijgen buurt- en stadsdeelcentra nieuwe kansen. Ouderen doen doorgaans hun boodschappen in buurt- en stadsdeelcentra. Voor ouderen met een lichamelijke beperking is dit noodzaak. De afstand van buurt- en stadsdeelcentra is overbrugbaar. Bij buurt- en stadsdeelcentra wordt steeds meer geïnvesteerd in woningbouw voor senioren en speciale zorgposten. De nieuwbouw van

---

<sup>32</sup> Bron: RVD, Vergrijzing in Nederland D. Verzijden, J. Fransen, juni 2004

<sup>33</sup> Bron: GFK Benelux Marketing Services, [www.gfk.nl](http://www.gfk.nl)



## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

seniorenwoningen en zorgposten op loopafstand van buurt- en stadsdeelcentra zorgen voor nieuwe bestedingsimpulsen.

De leefstijlen (volgens Becker en Rokeach) hebben invloed op hoe vaak, wanneer en welke winkels worden bezocht. Leefstijlen zijn sterk afhankelijk van besteedbaar inkomen, de gezondheid en de mobiliteit van ouderen. Dat blijkt uit onderzoek van ING Real Estate in 2006. Voor de toekomst worden vier groepen ouderen onderscheiden<sup>34</sup>:

- *Weinig mobielen.*  
Ouderen waar een bezoek aan winkels een combinatie wordt van lichaamsbeweging en het onderhouden van sociale contacten.
- *Recreatieve shoppers.*  
De ouderen die tot deze groep behoren zijn hoog opgeleid, kritisch, stellen hoge eisen aan kwaliteit en service en kiezen plekken om te winkelen goed uit.
- *Doelgerichte shoppers.*  
Ouderen die geen tijd besteden aan vergelijkend winkelen. Goede bereikbaarheid, herkenbaarheid en ruime parkeermogelijkheden voor de deur zijn belangrijke ingrediënten voor winkellocaties voor “runshoppers”.
- *Koopjesjagers.*  
Hebben kwaliteit van het leven hoog in het vaandel staan. Meer tijd leidt tot doelgericht op zoek gaan naar de kwaliteit die men wenst binnen het budget dat men ergens voor over heeft.

Verschillende leefstijlen hebben dus verschillende wensen wat betreft het winkelaanbod. (zie tabel 4.4)

4.4 leefstijl en winkellocatietype				
Bron: ING Real Estate, bewerking S. Heere				
	Weinig mobiel	Run	Fun	Koopjesjagers
Perifere centra	--	+	++	+
Binnenstad	--	++	-	-
Stadsdeelcentra	-	+	+	+/-
Wijkwinkelcentra	+	+/-	+/-	+
Buurtwinkelcentra	++	+/-	+/-	--

In het rapport “Vastgoedmarkt en Vergrijzing” stelt de Stec Groep enkele vooroordelen over ouderen aan de kaak. Zo zou vrije tijd vaak in en om huis worden doorgebracht, ouderen sterk op familie georiënteerd zijn en een beperkte actieradius kennen. Ook zouden ouderen minder financiële mogelijkheden hebben. Kortom, geen interessante doelgroep voor de winkelmarkt. Maar de Babyboomgeneratie is een nieuwe generatie ouderen die zich juist kenmerkt door een actief leven, met veel vrienden, hobby's en doorgaans ruime financiële middelen. De Babyboomgeneratie bestaat uit tweeverdieners met een goed pensioen en vaak een afbetaald eigen huis. Deze welvarende, actieve en groeiende groep ouderen is zeer interessant voor de winkelmarkt, zo stelt Stec.<sup>35</sup>

Voorkomen moet worden dat de groep senioren niet wordt gestigmatiseerd. Senioren kenmerken zich juist door een heterogeen karakter. Daarin staan gezond tegenover lichamelijk beperkt, welvarend

<sup>34</sup> Bron: ING Real Estate, Dutch View, november 2006, hoofdstuk 4 winkels.

<sup>35</sup> Bron: IVBN, Vastgoedmarkt en Vergrijzing, opgesteld door STEC Groep, Voorburg 2005

tegenover een laag inkomen en traditionele georiënteerde senioren tegenover senioren met moderne denkbeelden.<sup>36</sup>

### 4.3.2 Opleidingsniveau

Het opleidingsniveau van mannen en vrouwen stijgt van generatie op generatie. Sinds de tweede wereldoorlog is de deelname aan onderwijs alleen maar gestegen (SCP 2006)<sup>37</sup>

Als gevolg hiervan is ook het opleidingsniveau aanzienlijk gestegen. Begin jaren 80 had 9 procent van de mannelijke 55- plussers een HBO- of WO- diploma in 2003 was dit percentage gestegen naar 23 procent. Het percentage vrouwelijke 55- plussers met een HBO- of WO- diploma ligt lager dan bij mannen. In 2003 had 11 procent van deze groep een HBO- of WO- diploma. Dit verschil komt doordat de onderwijsdeelname onder jongens sterker op gang kwam dan die van meisjes. In latere generaties is dit verschil aardig rechtgetrokken, maar het zal nog wel een aantal decennia duren voordat dit te zien is in de opleidingsverdeling van ouderen. Ouderen boven de 75 jaar zijn nu vaak nog laag opgeleid. Een op de vier mannen van boven de 75 jaar heeft alleen maar basisonderwijs genoten. Bij vrouwen heeft zelfs slechts de helft lager basisonderwijs genoten. In de leeftijd van 55 tot 65 jaar is bij mannen het opleidingsniveau niet veel afwijkend van die van mannen met de leeftijd 35 tot 55 jaar.<sup>38</sup> Dit verschil is bij vrouwen veel groter.

---

<sup>36</sup> Bron: IVBN, Vastgoedmarkt en Vergrijzing, opgesteld door STEC Groep, Voorburg 2005

<sup>37</sup> Bron: SCP, 2006, Rapportage ouderen 2006, verandering in leefsituatie en levensloop. Den Haag: Sociaal economisch planbureau.

<sup>38</sup> Bron: SCP, 2006 Rapportage ouderen 2006, verandering in leefsituatie en levensloop. Den Haag: Sociaal economisch planbureau.

In vergelijking met de huidige generatie ouderen hebben de toekomstige generaties ouderen een hoger opleidingsniveau. Hierdoor zijn de kansen op de arbeidsmarkt sterk verbeterd en daardoor ook de hoogte van het inkomen.

### 4.3.3 Koopkrachtontwikkeling en consumentenvertrouwen

De ouderen van de toekomst zullen een hoger inkomen hebben dan de huidige ouderen generatie. Mensen in de leeftijd van 55 tot 65 jaar hebben een betere inkomenspositie dan de huidige generatie ouderen. Van het deel van de bevolking dat nu boven de 75 is heeft 80 procent een inkomen beneden modaal. De meerderheid van deze groep heeft een inkomen op of net boven het sociale minimum. In de leeftijdsgroep 65 tot 75 jaar heeft 66 procent van de bevolking een beneden-modaal inkomen. In de leeftijdsgroep 55 tot 65 jaar heeft 56 procent een bovenmodaal inkomen.<sup>39</sup>

Ouderen zullen na hun pensionering naar alle waarschijnlijkheid niet hetzelfde inkomen hebben als voor hun pensioen. Na het bereiken van de 65 jaar heeft men recht op AOW en zal men nog een aanvullend inkomen hebben in de vorm van pensioen. In totaal zal men een lager inkomen hebben dan het laatste loon dat men heeft verdiend. Deze teruggang in inkomen betekent niet dat het besteedbare inkomen omlaag zal gaan. 65-plussers hoeven in geen AOW-premies meer te betalen. Daarnaast is het inkomen van gepensioneerden afhankelijk van de indexering van de AOW

en het aanvullend pensioen. Het is daarom moeilijk te voorspellen hoe hoog het inkomen in de toekomst zal zijn. Wel kan men aannemen dat mensen tussen de 55 en 65 jaar er financieel beter voor zullen staan dan

---

<sup>39</sup> Bron: CBS, 2008

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

de huidige ouderen. Dit komt door het huidige verschil in inkomen tussen beide bevolkingsgroepen.<sup>40</sup>

4.5 Vermogen eigen woningbezitters en huurders naar leeftijd 2000				
<i>Bron: SCP, 2005, VROM-raad 2005, bewerking S. Heere</i>				
	55 tot 65 jaar	65 tot 75 jaar	75 of ouder	Totaal
<b>Eigen Woningbezitter</b>				
Gem. Verkoopwaarde	€ 280.000	€266.000	€250.000	€270.000
Gem. Restwaarde	€205.000	€221.000	€232.000	€215.000
Gem. vrij vermogen	€40.000	€90.000	€78.000	€62.000
<b>Huur</b>				
Gem. vrij vermogen	€24.000	€27.000	€28.000	€26.000

Tussen 1993 en 2000 is in Nederland de vermogenspositie van ouderen bijna verdubbeld. In de leeftijdsgroep 45 tot 65 jaar is het vermogen flink gestegen als gevolg van koersstijgingen op de beurs en prijsstijgingen op de woningmarkt. Het vermogen dat in de eigen woning zit is sterk gestegen door de prijsstijging in de huizenmarkt eind vorige eeuw. Voor

<sup>40</sup> Bron: SCP, 2005. Ouderen van nu en de toekomst, hun financiële spankracht, zorgbehoefte en woonwensen. Den Haag: Sociaal cultureel planbureau.

alle 55- plussers bedraagt de restwaarde van hun eigen woning (verkoopwaarde – uitstaande hypotheekschuld) gemiddeld meer dan 200.000 euro.<sup>41</sup>

Het gemiddelde vrije vermogen van eigen woningbezitter ( saldo spaargelden- andere tegoeden/ geldleningen exclusief hypothecaire lening) in de leeftijdsgroep 55+ is 2,5 keer zo hoog als dat van huurders. Dit verschil komt door het feit dat eigen woningbezitters een hoger inkomen hebben en daardoor makkelijker geld kunnen reserveren. Ook zijn de woonlasten van oudere eigen woningbezitters over het algemeen lager dan die van oudere huurders. Woningbezitters met een hogere leeftijd hebben veelal hun hypotheekschuld al geheel of gedeeltelijk afgelost, waardoor de woonlasten lager zijn. Huurders hebben een jaarlijkse huurverhoging waardoor zij gemiddeld meer inkomen kwijt zijn aan woonlasten.<sup>42</sup>

Een bedreiging van de welvaart is ook een bedreiging voor de retail. Als de welvaart daalt, zullen de uitgaven dalen en daarmee dus ook de omzetten in de retail.

De versnelde vergrijzing in de komende dertig jaar wordt door velen gezien als een bedreiging van de welvaart. De regering schetste in de eerste helft van 2004 een doemscenario over het niet op peil kunnen blijven van de welvaart als gevolg van de vergrijzing. Er moet meer en langer gewerkt worden. Er moeten ook meer kinderen geboren worden. In december 2004 kwam het Centraal Planbureau met een publicatie over

<sup>41</sup> Bron: SCP, 2005 Ouderen van nu en de toekomst, hun financiële spankracht, zorgbehoefte en woonwensen. Den Haag: Sociaal cultureel planbureau.

<sup>42</sup> Bron: VROMraad, 2005 Oude Bomen? Oude bomen moet je niet verplanten, advies over ouderenbeleid en wonen. Den Haag: De raad voor Volkshuisvesting, de Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer.

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

vier toekomstscenario's tot 2040. Daaruit blijkt dat de gemiddelde materiële welvaart per persoon in Nederland in de periode 1971-2001 is gestegen met 75 procent. Uit cijfers van het CBS kan men afleiden dat het aantal gewerkte uren in die periode minder is gestegen dan het aantal inwoners. Hoewel we dus minder uren zijn gaan werken is, als gevolg van de stijging van de arbeidsproductiviteit, de gemiddelde materiële welvaart per inwoner in Nederland gestegen. We lijken er echter niet gelukkiger van te worden. Sinds de jaren vijftig, toen in alle basisbehoeften voorzien was, steeg het geluksgevoel in Nederland niet meer. In de periode 2001-2040 zal volgens de toekomstscenario's van het CPB de gemiddelde materiële welvaart per persoon stijgen met 30 tot 120 procent, ondanks de vergrijzing en de aanstaande daling van de beroepsbevolking. Niet de uitbreiding van het aantal gewerkte uren, maar de stijging van de arbeidsproductiviteit is een voortdurende bron van stijging van de materiële welvaart. Ook in de toekomst zal men dus gemiddeld genomen rijker worden (reëel, gecorrigeerd voor geldontwaarding).<sup>43</sup>

In 2008 daalde de koopkracht van de meeste Nederlanders. Oorzaken hiervan zijn de invoering van het eigen risico in de zorg en de hogere bijtelling van lease-auto's. De nettolonen zijn in 2008 naar verwachting bij een gelijkblijvend brutoloon niet veranderd. Dit is niet voldoende om de inflatie van 2,25 procent te compenseren. Door hogere brandstofprijzen en stijgende kosten voor levensonderhoud is de koopkracht gedaald.<sup>44</sup>

Een belangrijke index om te kijken of huishoudens in Nederland het economische beter of slechter vinden gaan is het

---

<sup>43</sup> Bron: Rooilijn, nummer 2, 2006, "Van groei naar afname", auteur Wim Derks

<sup>44</sup> Bron:  
[http://www.volkskrant.nl/economie/article488477.ece/Koopkracht\\_daalt\\_in\\_2008](http://www.volkskrant.nl/economie/article488477.ece/Koopkracht_daalt_in_2008)

consumentenvertrouwen. Het consumentenvertrouwen wordt berekend door het CBS op basis van de mening van huishoudens over het algemene economisch klimaat en over de eigen financiële situatie. In september 2007 daalde het consumentenvertrouwen van +15 naar -1. Nooit eerder daalde het consumentenvertrouwen in een maand zo snel. Het oordeel over de economische situatie in de komende twaalf maanden is volledig omgeslagen. De Nederlandse burger is minder optimistisch en tevreden.

### 4.4 Maatschappelijke knelpunten door koopkrachtontwikkeling

De Stec-Groep stelt dat de ontwikkeling in koopkracht veel belangrijker is voor de vraag naar winkelruimte. De koopkracht van consumenten bepaalt de omzet die te behalen is voor de winkelier en daarmee de vraag naar m2 winkeloppervlak.<sup>45</sup>

Volgens de Stec- Groep stijgt de koopkracht van senioren door betere pensioenvoorzieningen en vermogen opgebouwd uit eigen huisbezit. Senioren worden hierdoor belangrijker voor de omzet van winkels.<sup>46</sup>

### 4.5 Maatschappelijke knelpunten bij locatievraagstukken.

De Stec- Groep stelt dat de binnenstad bij senioren een populair winkelgebied blijft. Dit komt omdat de binnenstad en de weg er naar toe bekend is. Daarbij spreken historische gebouwen in binnensteden senioren meer aan dan moderne grootschalige winkelvoorzieningen aan de stadsrand.<sup>47</sup>

---

<sup>45</sup> Bron: IVBN, Vastgoedmarkt en Vergrijzing, opgesteld door STEC Groep, Voorburg 2005

<sup>46</sup> Bron: Idem

<sup>47</sup> Bron: Idem

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

Buurt- en stadsdeelcentra dreigen volgens de Stec -Groep te verdwijnen door de concurrentieslag met de binnenstad, PDV en GDV locaties (perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen). De vergrijzing van de bevolking biedt kansen om deze trend te stoppen. Buurt- en stadsdeelcentra die in de nabijheid van grote groepen senioren liggen krijgen nieuwe kansen. Ouderen doen doorgaans boodschappen in buurt- en stadsdeelcentra. Door het ontwikkelen van seniorenwoningen en zorgposten bij buurt- en stadsdeelcentra ontstaan nieuwe bestedingsimpulsen.<sup>48</sup>

Als laatste draagt de STEC- Groep aan dat PDV en GDV locaties een aantal nadelen hebben voor senioren. Om deze locaties te bereiken is over het algemeen veel tijd nodig. Zeker als de locatie niet goed ontsloten is door het openbaar vervoer heeft dit invloed op de totale hoeveelheid bestedingen. Maar ook de vraag naar producten die op PDV en GDV locaties worden verkocht zal veranderen. Veel senioren verbouwen hun woning als hun kinderen het huis uit zijn. Door de verbouwing daalt de verhuiscapaciteit en als men al verhuist zal dit naar een kleinere woning zijn waardoor de vraag naar meubelen zal afnemen.

### 4.6 Theoretische aanknopingspunt bij koopkrachtontwikkeling.

In het artikel “Winkelmarkt is toe aan vernieuwing” uit 2004, stellen Haringsma en Pruijmenboom de aandacht van vastgoedbeleggers voor retail aan de kaak.. De hoofdvraag in het artikel is of de aandacht voor winkelvastgoed wel in de pas loopt met de werkelijke ontwikkelingen in de retailsector. Alhoewel het artikel gebaseerd is op de veranderingen op de winkelmarkt door de recessie van 2004, is hier een aantal nuttige

---

<sup>48</sup> Bron: IVBN, Vastgoedmarkt en Vergrijzing, opgesteld door STEC Groep, Voorburg 2005

vraagstukken uit te halen. Deze vraagstukken zijn te koppelen aan het vergrijzingvraagstuk dat in deze scriptie wordt beschreven.

In het artikel stellen beide geïnterviewden dat het bestedingspatroon van de Nederlandse consument invloed heeft op de detailhandelsstructuur van Nederland. Zij vragen zich af of de grootschalige en perifere ontwikkelingen bijdragen aan een betere detailhandelsstructuur. Beleggers uit binnen- en buitenland blijven belangstelling houden voor de grootschalige en perifere ontwikkelingen en Haringsma en Pruijmenboom vragen zich ook af hoe de waarde van winkelvastgoed in de toekomst bepaald wordt.

Pruijmenboom schetst een retailvastgoedmarkt waar veel vraag blijft naar A-locaties. In de loop van tijd is in de portefeuille van de belegger steeds meer ruimte voor vastgoed gekomen. Pruijmenboom spreekt van een interessante beleggingsmarkt waar topprijzen betaald worden voor hoogwaardig winkelvastgoed. In 2004 ziet Haringsma een verschuiving van traditioneel winkelcentra naar “large scale retail” GDV/PDV. Er is een terugval in de vraag naar winkels in aanloopstraten van binnensteden, buurtcentra en kleinere wijkcentra. Stadsdeelcentra blijven het nog goed doen. Dit komt door het complete aanbod en de goede bereikbaarheid. De meeste klappen gaan vallen in binnensteden en oudere wijken. Winkels beconcurreren elkaar daar op de vierkante meter met zelfde producten. Haringsma concludeert dat de Nederlandse winkelmarkt toe is aan vernieuwing. De consument wordt te weinig uitgedaagd door te veel keuze voor hetzelfde en te weinig tijd.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> Bron: Vastgoedmarkt, Winkelvastgoed is toe aan vernieuwing, Van Mierlo en De Wit. Mei 2004 pag. 54

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

Voor deze problemen dragen Pruijmenboom en Haringsma een aantal oplossingen voor. Zo kunnen beleggers door actief management het bezoek beïnvloeden. Door het organiseren van evenementen kan er een extra beleggingswaarde worden gecreëerd. Ten tweede moet er door de belegger meer klantgericht worden gedacht. De klant kiest maar tussen consumenten bestaan grote verschillen.<sup>50</sup>

Tot slot moet er volgens Haringsma meer aandacht zijn voor diverse typen winkelgedrag in winkelcentra. Ook moet er meer aandacht zijn voor de identiteit en het onderscheidend vermogen van winkelcentra. Winkelen is niet alleen een rationele maar ook emotionele bezigheid.<sup>51</sup>

### 4.7 Theoretische aanknopingspunt bij sociale ontwikkelingen.

Een theoretisch aanknopingspunt is die van Stijnenbosch<sup>52</sup>. Deze stelt dat er een nieuw economisch en sociaal systeem in ontwikkeling is, dat consequenties heeft voor de ruimte om ons heen. Technische ontwikkelingen in software, telecommunicatie en internet scheppen een nieuw economisch systeem. In dit systeem maken markten plaats voor netwerken. Concepten, ideeën en imago nemen een steeds grotere plaats in waar schaalvoordelen hun betekenis verliezen. Kleine bedrijven en instelling zullen beter in staat zijn op veranderingen in de markt te anticiperen dan grote bedrijven. Grote bedrijven zullen zich gaan opsplitsen en specialiseren. Door deze “verticale desintegratie” ontstaan uitgebreide netwerken van producenten, leveranciers, financiers, marketeers en afnemers.

---

<sup>50</sup> Bron: Vastgoedmarkt, Winkelvastgoed is toe aan vernieuwing, Van Mierlo en De Wit. Mei 2004 pag. 54

<sup>51</sup> Bron: Idem

<sup>52</sup> Bron: M.H. Stijnenbosch, Andere maatschappij vereist andere kijk op vastgoed, PropertyNL research quarterly pag 57-61, oktober 2004

Ontwikkelingen in de ICT geven de werknemer de mogelijkheid zijn werkzaamheden af te stemmen op aspecten van het dagelijkse leven. Werk en privé zijn hierdoor steeds minder fysiek en virtueel te scheiden. In de toekomst wordt het combineren van werk en privé steeds belangrijker waarbij het onderscheid tussen verschillende activiteiten steeds verder vervaagt.

Door deze ontwikkeling staan de traditionele “vanzelfsprekendheden” onder druk en doordat de vaste hiërarchische structuren uiteen vallen is toegang tot het gebruik van informatietechnologie steeds belangrijker.

De samenleving rust echter nog op oude fundamenten. In de oude samenleving was de logica dat mannen moesten werken en vrouwen thuis moesten blijven. Dit verschil verdwijnt in snel tempo en de maatschappij heeft de inzet van beiden nodig. Dit gebeurt alleen nog te weinig. Dit komt naast gebrek aan opvangcapaciteit door de beschikbare tijd voor het combineren van activiteiten. Geen aansluiting op en te weinig flexibiliteit in openingstijden, grote afstanden tussen school, dagverblijf of buitenschoolse opvang en geen oplossing voor onverwachte gebeurtenissen maakt het managen van de dagelijkse zorgtaken met arbeid steeds moeilijker. Door het stijgen van het aantal tweeverdieners zijn de zorg- en huishoudelijke taken steeds meer gedeelde verantwoordelijkheid. Het is belangrijk dat voorzieningen hier op in spelen door zich zo dicht mogelijk bij elkaar te vestigen.

Al deze veranderingen zorgen er voor dat de scheiding tussen wonen, werken en consumeren zal vervagen. Vooral consumenten zullen centraler komen te staan en bepalen de plaats, de indeling en inrichting van activiteiten. Er zal een clustering van functies plaatsvinden op plaatsen waar men in het dagelijks verkeer vaak komt. Winkels, kleine

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

bedrijven, en voorzieningen maken in toenemende mate onderdeel uit van het leven van alledag en kunnen gemengd worden met andere functies. Dit heeft gevolgen voor onze kijk op vastgoed.

Door de behoefte van gebruikers zal het aanbod veranderen. Er is de laatste jaren ingespeeld op de vraag naar commerciële voorzieningen van de werkende bevolking. Voorbeelden hiervan zijn de “convenience” winkels. Dit zijn winkels op stations en pompstations die voorzieningen naar de klant brengen in plaats van andersom. De Albert Heijn-to-go winkels zijn hier een goed voorbeeld van.

### 4.8 Resumé

Alle voorgaande paragrafen beschrijven ontwikkelingen die invloed hebben op de vraag naar metrages, locatie en kwaliteit van winkelvastgoed. Samengevat hebben deze ontwikkelingen de volgende gevolgen op de vraag naar winkelvastgoed:

#### *Metrages*

Voor de vraag naar het aantal vierkante meter winkelvastgoed is de omvang van de bevolking bepalend. De netto vraag naar winkelvastgoed zal alleen groeien als de bevolkingsomvang groeit. Op basis van demografische ontwikkelingen (vergrijzing en ontgroening) zal het Nederlandse bevolkingsaantal in 2030 zijn hoogtepunt hebben bereikt. De vraag naar metrages winkelvastgoed zal bescheiden blijven groeien zolang het bevolkingsaantal groeit.

De tweede factor die van invloed is op de vraag naar winkelvastgoed is koopkracht. De koopkracht van consumenten is bepalend voor de omzet

in de detailhandel. Hoe hoger de omzetten des te groter de vraag naar winkeloppervlak.

#### *Locatie*

De opbouw van de bevolking heeft invloed op de locatie van winkelvastgoed. De kern van vestigingsplaatstheorieën blijft hetzelfde. Op welke locatie kan een zo groot mogelijk verzorgingsgebied en koopkrachtpotentieel worden verworven. Als de bevolkingsopbouw kleiner wordt dan krimpen verzorgingsgebieden en de totale koopkracht in een verzorgingsgebied. Bij een bevolking die ouder wordt gaat de bereikbaarheid en gemak een grotere rol spelen.

#### *Kwaliteit*

Een verandering van bevolkingsopbouw zorgt ook voor een andere vraag naar kwaliteit van winkelvastgoed. Iedere laag van de bevolking heeft zijn wensen als het gaat om de typen winkels en de winkelomgeving van winkelvastgoed. Wensen kunnen elkaar overlappen maar ook veel van elkaar verschillen.

In het rapport “Vastgoedmarkt en Vergrijzing” wordt een aantal adviezen gegeven voor de inrichting van winkelgebieden zoals;<sup>53</sup>

- Toevoegen van (extra) roltrappen en liften.
- Weghalen van paaltjes, drempels, bloembakken en andere storende elementen.
- Scheiden van “langzame” en “snelle” passanten

---

<sup>53</sup> Bron: IVBN, Vastgoedmarkt en Vergrijzing, opgesteld door STEC Groep, Voorburg 2005

## **DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.**

- Creëren van korte looproutes met voldoende rustmomenten als bankjes, koffie/lunchrooms en terrassen.
- Aanwezigheid van hulpdiensten die helpen bij het dragen van gekochte goederen.
- Goede aansluiting op hoogwaardig openbaar vervoer en parkeergelegenheid.

Naast aandacht voor toegankelijkheid moet er meer worden geïnvesteerd in veiligheid. Ouderen zijn gevoelig voor veiligheidsaspecten in hun directe omgeving. Men kan denken aan:<sup>54</sup>

- zichtbaar beheer en bewaking
- (extra ) beveiligingscamera's
- afsluiten van winkelcentra na sluitingstijd
- goede verlichting openbare ruimte
- voorkomen van onoverzichtelijke punten als steegjes e.d.
- stimuleren van andere activiteiten in winkelgebieden als wonen boven winkels.

---

<sup>54</sup> Bron: IVBN, Vastgoedmarkt en Vergrijzing, opgesteld door STEC Groep, Voorburg 2005

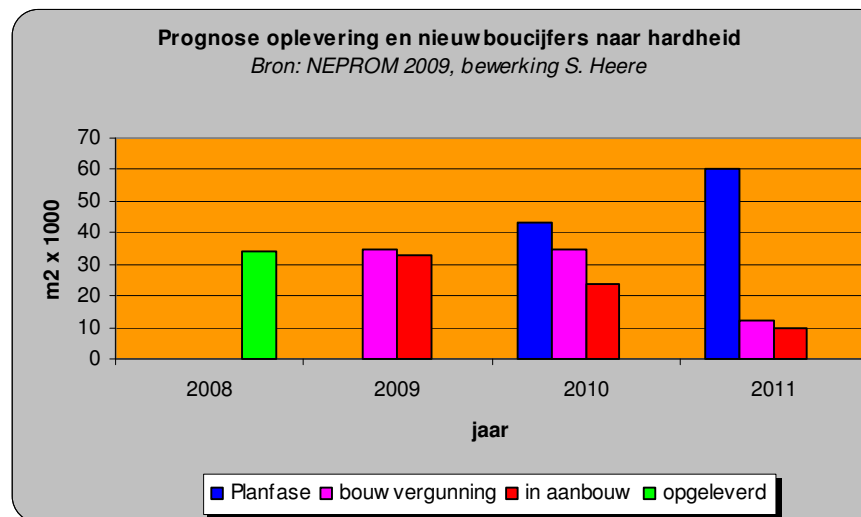


## **Hoofdstuk 5 Ontwikkelingen aan de aanbodzijde van de winkelvastgoedmarkt.**

In het vorige hoofdstuk is ingegaan op de ontwikkelingen aan de vraagzijde van winkelvastgoed. In dit hoofdstuk wordt nader ingegaan op de aanbodzijde van de winkelvastgoedmarkt. Dit hoofdstuk beschrijft de Nederlandse winkelvastgoedmarkt in cijfers, prognoses en winkelvastgoed als belegging. Aan het eind van dit hoofdstuk zullen de ontwikkelingen ook weer worden toegespitst op de vraag naar metrages, kwaliteit en locatie van winkelvastgoed.

### **5.1 De winkelmarkt van Nederland in cijfers.**

In 2007 heeft de Nederlandse economie een goed jaar gehad. De economische groei was 3,5%. De laatste jaren was er een positief sentiment op de winkelmarkt. Dit heeft geleid tot een hogere bouwproductie in 2007 ten opzichte van 2006. Maar de hoeveelheid opgeleverde vierkante meter winkels was in 2007 1,3% van de totale winkelvoorraad. Ook het aantal vierkante meters dat in aanbouw is lag begin 2007 veel hoger dan begin 2006 maar ten opzichte van de bestaande voorraad ook erg laag. Omdat de renovatie van de bestaande voorraad in de productiecijfers is opgenomen ligt het cijfer van de toevoeging van winkels iets lager dan de productiecijfers. Met een jaarlijkse toevoeging



van 1,0 tot 1,5 % aan de winkelmarkt wordt aan de vervangingsvraag voldaan.<sup>55</sup>

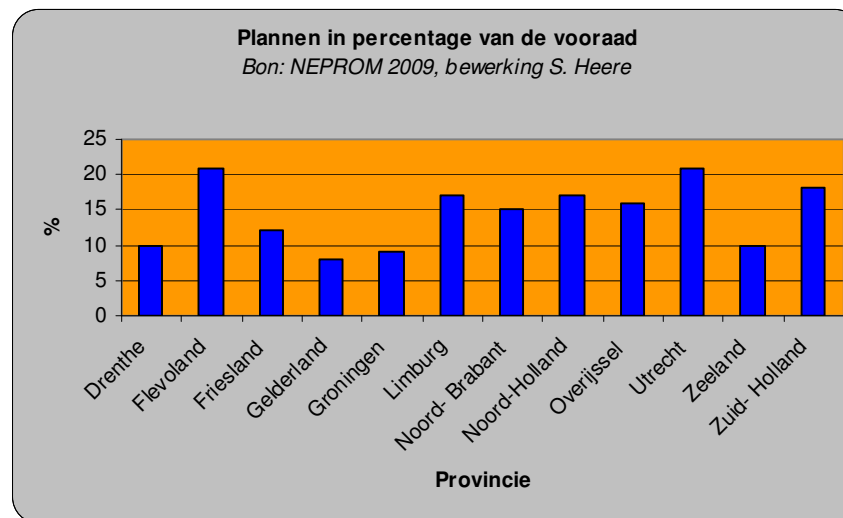
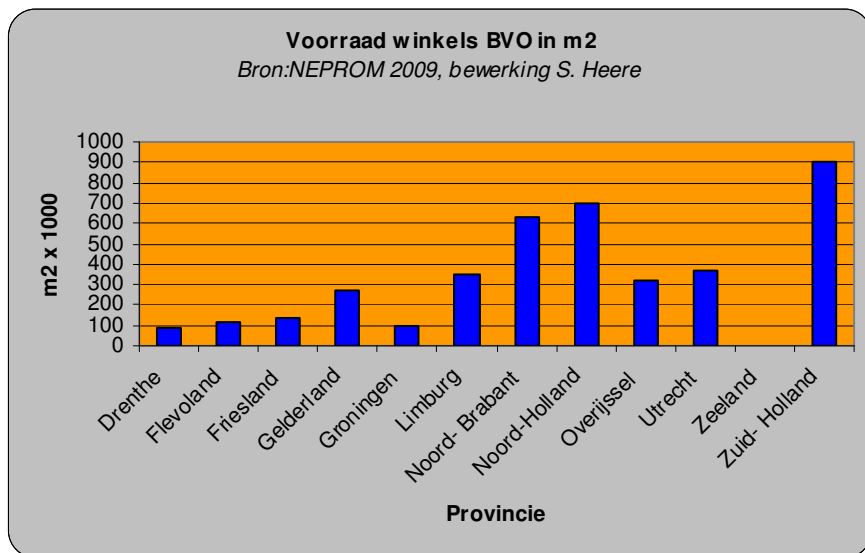
Begin 2008 was er 690.000 vierkante meter (BVO) aan nieuwe winkelruimte in aanbouw. Dit is 2,6% van de totale winkelvoorraad. Dit is aanzienlijk meer dan in 2007. Dit verschil is te verklaren door het feit dat het percentage projecten waarmee gestart is in 2008 ongeveer 1/5 groter was dan de hoeveelheid opleveringen. Ook het aandeel opleveringen nam toe. In de heel 2007 is circa 320.000 vierkante meter aan de bestaande voorraad toegevoegd en is er ongeveer 20.000 vierkante meter winkels gerenoveerd. De gerealiseerde projecten zijn onevenwichtig verspreid over Nederland.<sup>56</sup>

<sup>55</sup> Bron: NEPROM, Nieuw Commercieel Vastgoed in Nederland, in feiten en cijfers 2008, Voorburg 2008.

<sup>56</sup> Bron: Idem

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

Het aantal geplande vierkante meters met bouwvergunning is in 2008 met 50 % afgenomen. Het aandeel winkels met bouwvergunning daalde van 560.000 vierkante meter naar 300.000 vierkante meter. Dit komt door het feit dat in 2007 het overgrote deel met bouwvergunning ook in aanbouw is genomen en het aantal nieuwe bouwvergunningen niet voldeed om de voorraad op peil te houden.<sup>57</sup>



Steeds meer projecten betreffen renovatie of sloop van de bestaande voorraad. In totaal staat 650.000 vierkante meter op de nominatie voor renovatie. Dit is 2% van de bestaande voorraad en 16% van het totaal aantal plannen in Nederland, exclusief ideefase. Renovatie wordt vooral in de Randstad toegepast en in veel gevallen wordt er naast renovatie ook gelijk de kans aangegrepen om vierkante meters toe te voegen. Veel van deze ontwikkelingen vinden plaats in binnensteden en stadcentra.<sup>58</sup>

### 5.2 Prognoses voor de winkelmarkt in Nederland.

In een voorpublicatie uit het onderzoek "Nieuw Commercieel Vastgoed 2009" van het NEPROM en PropertyNL blijkt dat als gevolg van de crisis de vernieuwing van de winkelmarkt minder sterk zal zijn dan verwacht. De trend dat winkelontwikkelaars zich concentreren op de verbetering van

<sup>57</sup> Bron: NEPROM, Nieuw Commercieel Vastgoed in Nederland, in feiten en cijfers 2008, Voorburg 2008.

<sup>58</sup> Bron: NEPROM, Nieuw Commercieel Vastgoed in Nederland, in feiten en cijfers 2008, Voorburg 2008.

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

de bestaande voorraad zal doorzetten. De economische crisis heeft invloed op de winkelvastgoedmarkt waarvan het functioneren grotendeels bepaald wordt door consumentenbestedingen. Door de kredietcrisis is de kooplust van de consument sterk afgenomen en is men voorzichtiger geworden met het uitgeven van geld.<sup>59</sup>

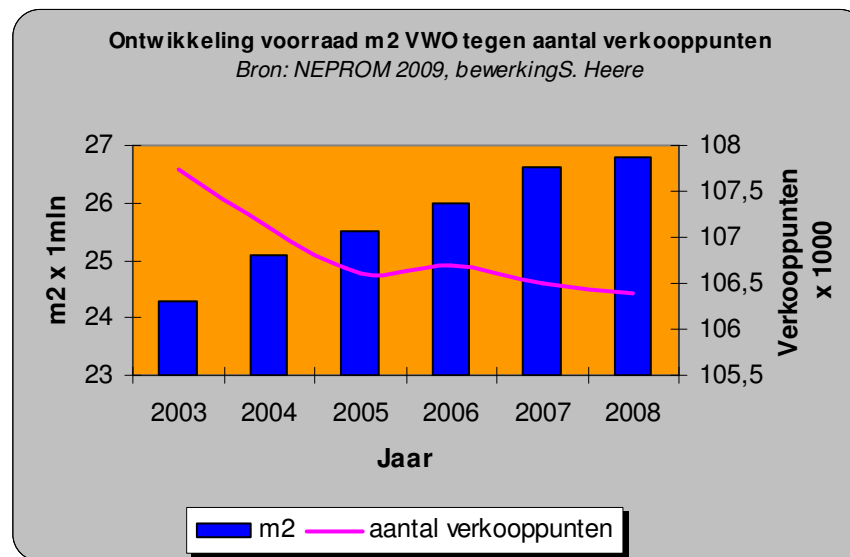
Het geregistreerde aanbod van winkels is vooral te vinden bij perifeer gelegen detailhandel en verouderde wijkwinkelcentra maar is nog stabiel. Het aantal vierkante meter winkelruimte dat in 2008 is opgeleverd bedraagt 320.000. Dit zal naar verwachting in 2009 ongeveer 400.000 vierkante meter zijn. In 2011 zal er pas een sterke daling van het aantal op te leveren vierkante meters optreden. In 2008 is 430.000 vierkante meter winkelvastgoed in aanbouw genomen. Dit is 10% meer dan in 2007. De planvoorraad is in 2008 afgenomen door het annuleren van een aanzienlijk aantal plannen. Het NEPROM trekt de conclusie dat de nieuwbouwontwikkelingen op de winkelmarkt door de crisis minder geraakt is dan de kantorenmarkt. Dit komt door de restrictieve winkelmarkt.<sup>60</sup>

Het aantal winkelprojecten dat is opgeleverd na sloop en renovatie is in 2008 gegroeid met 15%. Dit is drie keer zoveel als in 2007. Hieruit blijkt dat de winkelmarkt steeds meer een markt voor herontwikkeling wordt. Dit komt vooral door: restrictief beleid, teruglopende bevolkingsgroei en de fijnmazige winkelstructuur.<sup>61</sup>

<sup>59</sup> Bron: Voorpublicatie NEPROM, Nieuw Commercieel Vastgoed 2009 in FD van maandag 3-8-2009, pagina 11.

<sup>60</sup> Bron: Idem

<sup>61</sup> Bron: Idem



### 5.3 Trends en ontwikkelingen op de vastgoedmarkt

In vastgoed is een tweedeling te maken in woningbouw en commercieel vastgoed. Naar de aard van de functie van het vastgoed wordt de aanduiding commercieel gebruikt. Woningbouw staat tegenover kantoorgebouwen, winkels/showrooms en bedrijfsruimte. Volgens Nozeman (handboek projectontwikkeling 2008) is de aanduiding commercieel een in de praktijk gegroeide, onhandige onderverdeling. In beide sectoren woningbouw en commercieel onroerend goed investeert de markt. Dus voor beide zou het predicaat commercieel op zijn plaats zijn.

De vastgoedmarkt kan ook worden verdeeld naar soorten vastgoed, naar opdrachtgever zoals overheid, woningcorporaties, beleggers, bouwers voor de markt en overige opdrachtgevers of naar eigendomssituatie zoals

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

indeling in eigenaar-bewoner, eigenaar- gebruiker en belegger in vastgoed.

In Nederland is geen sprake van een nationale vastgoedmarkt. De vastgoedmarkt in Nederland is een verzameling van veel lokale en regionale deelmarkten. De vastgoedmarkt is veelal locatiegebonden en heeft doorgaans een beperkte actieradius waarbinnen het zoekproces naar nieuwe huisvesting plaatsvindt.<sup>62</sup>

Er zijn veel verschillende actoren actief op de vastgoedmarkt zoals, projectontwikkelaars, beleggers, financiers, woningcorporaties, makelaars, bouwers, overheid en particulieren. Deze actoren zijn allemaal actief op verschillende deelmarkten van de vastgoedmarkt zoals nieuwbouw versus herstel en verbouw. Of naar bestemmingssector als woningbouw, commercieel vastgoed en de budgetsector. Onder budgetsector vallen onderwijs en gezondheidszorg. Er kan ook een verdeling zijn tussen het profit en non-profit segment. Met non-profit wordt het deel van de vastgoedmarkt bedoeld, dat tot stand komt en wordt onderhouden met overheidsbudgetten of door de overheid gegarandeerde leningen en dat tevens een vrije verhandelbaarheid kent. (Nozeman 2008) De budgetsector valt onder het non-profitsegment. Daarnaast valt de sociale huursector van de woningmarkt in het non-profitsegment. Het profitsegment van de vastgoedmarkt omvat de rest van de woningmarkt en de markt voor commercieel vastgoed.<sup>63</sup>

De omvang van de kwalitatieve en kwantitatieve vraag naar winkelruimte wordt bepaald door de totale omvang van de bevolking en de

koopkrachtontwikkeling. Alleen bij een groeiende bevolking en koopkrachtontwikkeling zal er een netto groei in de vraag naar winkelruimte zijn.<sup>64</sup> Op basis van de huidige prognoses van bevolkingsgroei en koopkracht kan worden geconcludeerd dat de winkelvastgoedmarkt tot 2020 een bescheiden groeiemarkt is en daarna overgaat in een vervangingsmarkt. De kantoren- en bedrijfsruimtemarkt zullen vooral een vervangingsmarkt worden.

Uit onderzoek van de NEPROM is gebleken dat noodzakelijke vernieuwing van de winkelmarkt onvoldoende van de grond komt. Er zijn veel plannen voor nieuwe winkelformules, maar die lopen vast omdat ze een bedreiging zouden vormen voor de bestaande winkelhiërarchie (perifere centra, stadscentra, stadsdeelcentra, wijkwinkelcentra, buurtwinkelcentra).

---

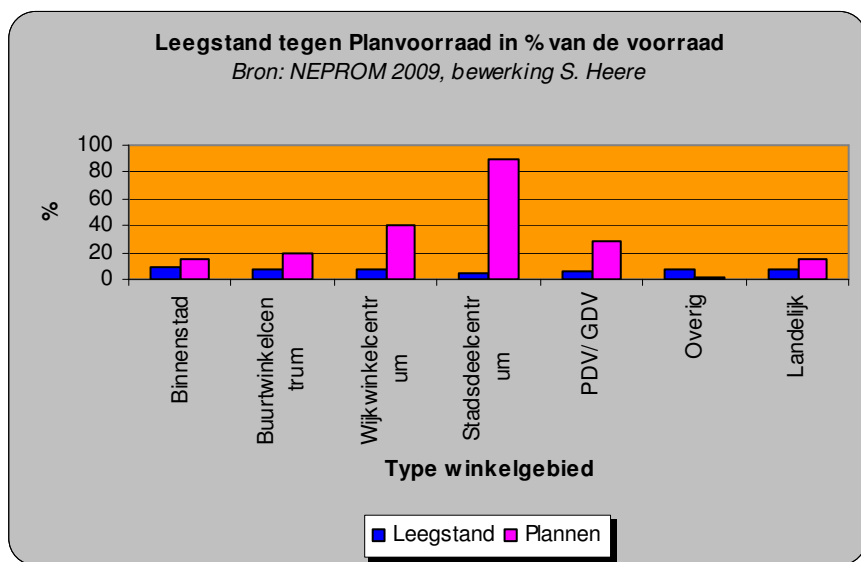
<sup>62</sup> Bron: NEPROM, handboek voor projectontwikkeling, Nozeman e.a. Voorburg 2008

<sup>63</sup> Bron: Idem

---

<sup>64</sup> Bron: Vastgoedmarkt kraakt onder demografische druk, ESB 89<sup>e</sup> jaargang, nr 4430, pagina 150, 2 april 2004

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.



De NEPROM stelt dat consumenten niet meer uitsluitend in de traditionele winkelcentra winkelen, maar de nieuwbouw van winkels speelt daar veel te weinig op in!<sup>65</sup>

Uit marktonderzoek van GFK is gebleken dat ook in 2007 speciaalzaken terrein hebben verloren ten opzichte van grotere ketens. Het merendeel van de consumenten wil, vooral bij de dagelijkse boodschappen, snel en efficiënt winkelen. De link die te leggen is met vergrijzing is dat de oudere generatie regelmatig een speciaalzaak bezoekt. De “oudere consument” laat zich beter informeren en neemt weloverwogen beslissingen bij aankopen. Daarbij wil de consument kwaliteit en is bereid daar ook voor te betalen. Vraag is dus ook of speciaalzaken met de komende vergrijzing

<sup>65</sup> Bron: NEPROM, Nieuw Commercieel Vastgoed in Nederland, in feiten en cijfers 2008, Voorburg 2008.

ook een betere levensvatbaarheid zullen krijgen. Zijn er nieuwe kansen voor de speciaalzaak, in buurtwinkelcentra springen alleen de grote retailers in op de vergrijzing?<sup>66</sup>

Volgens de STEC- Groep krijgen buurt- en stadsdeelcentra nieuwe kansen. Ouderen doen doorgaans hun boodschappen in buurt- en stadsdeelcentra. Voor ouderen met een lichamelijke beperking is dit noodzaak. De afstand van buurt- en stadsdeelcentra is overbrugbaar. Bij buurt- en stadsdeelcentra wordt steeds meer geïnvesteerd in woningbouw voor senioren en speciale zorgposten. De nieuwbouw van seniorenwoningen en zorgposten op loopafstand van buurt- en stadsdeelcentra zorgen voor nieuwe bestedingsimpulsen.<sup>67</sup>

Uit onderzoek van de NEPROM blijkt echter dat er een verschuiving gaat optreden van plannen voor stadcentra naar plannen voor winkellocaties aan de randen van steden. De oorzaak hiervan is de veranderende bevolkingssamenstelling en veranderende consumentenvoorkeuren. Er ontstaan nieuwe kansen voor winkels op locaties waar veel mensen dagelijks langs komen of die ze dagelijks bezoeken zoals, werklocaties, stations, ziekenhuizen en recreatieplekken. Deze veranderingen blijken uit de cijfers van de planvoorraad die in Nieuw Commercieel Vastgoed 2007 in kaart is gebracht. De meeste plannen worden nog steeds gemaakt voor stadsdeelcentra (40% van de totale planvoorraad) maar er is een lichte stijging te zien in de planvoorraad voor grootschalige winkels aan randen van steden (26% van de totale planvoorraad).<sup>68</sup>

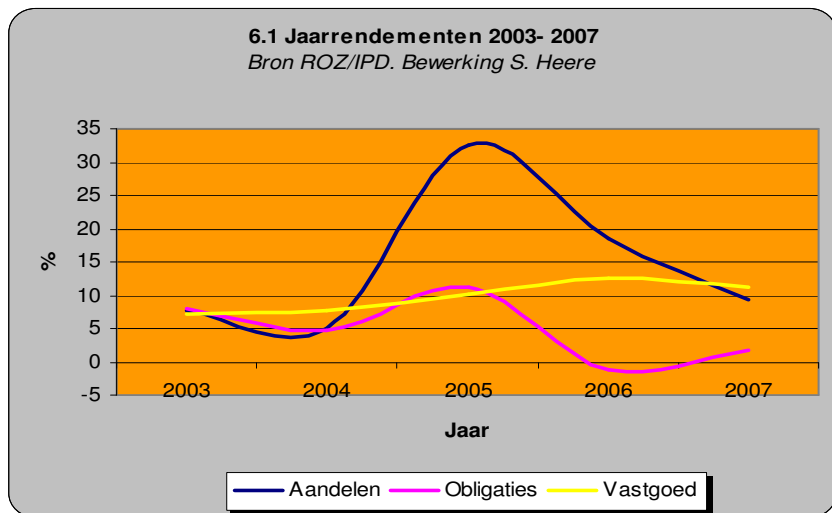
<sup>66</sup> Bron: GFK Benelux Marketing Services, [www.gfk.nl](http://www.gfk.nl)

<sup>67</sup> Bron: IVBN, Vastgoedmarkt en Vergrijzing, opgesteld door STEC Groep, Voorburg 2005

<sup>68</sup> Bron: [www.neprom.nl/nieuws-detail/te-weinig-nieuwe-winkels](http://www.neprom.nl/nieuws-detail/te-weinig-nieuwe-winkels).

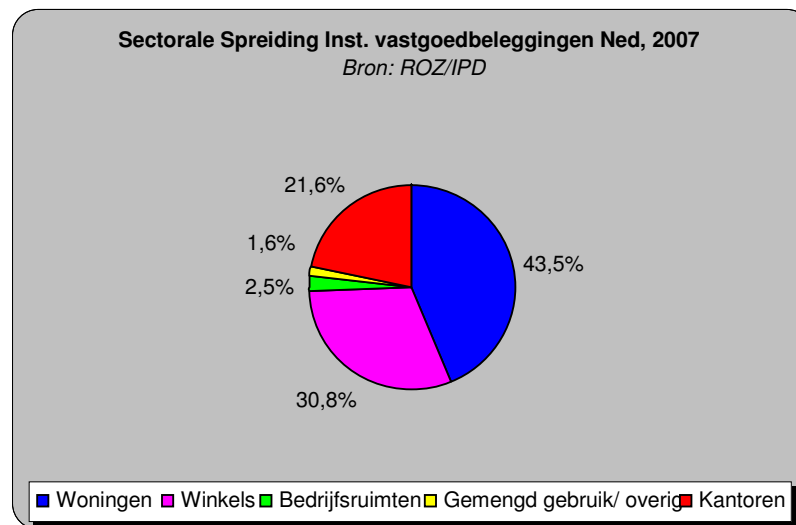
## 5.4 Winkelvastgoed als belegging in Nederland

Het beleggen in winkelvastgoed komt neer op het vastleggen van vermogen in onroerend goed, met als doel om uit de exploitatie en verkoop van het onroerend goed een toekomstige stroom geldelijke opbrengsten te realiseren.<sup>69</sup>



Beleggingen in winkelvastgoed zijn een solide belegging en de verhouding tussen risico en rendement is aantrekkelijk. Winkelvastgoed is kenmerkend voor de volgende eigenschappen;

<sup>69</sup> Bron: Gool van, Brounen, Jager en Weisz (2001) Onroerend goed als belegging, Wolter Noordhoff B.V. Groningen/Houten



## 5.5 Maatschappelijke knelpunten veranderen aanbod

Uit onderzoek van het NEPROM<sup>70</sup> blijkt dat de huidige veranderingen in het aanbod op de winkelmarkt maar langzaam worden doorgevoerd. Ondanks dat 2006 en 2007 een economische groei lieten zien werd alleen voldaan aan de vervangingsvraag van het Nederlandse winkelvastgoed. Het "positieve sentiment op de winkelmarkt heeft de afgelopen jaren geleid tot een hogere bouwproductie als gevolg van een hoge vervangingsvraag.

De NEPROM en PropertyNL inventariseren al een aantal jaren wat vanuit de planvoorraad (aantal m2 winkels dat in de planning staat te worden ontwikkeld) daadwerkelijk wordt uitgevoerd. Omdat alleen de doorstromingscijfers van 2007 representatief zijn is het lastig een

<sup>70</sup> Bron: Nieuw commercieel vastgoed 2008, feiten en cijfers, Voorburg 2008

prognose te maken van het toekomstige opleveringsniveau. Wel kan een conclusie worden getrokken met betrekking op het aandeel plannen dat daadwerkelijk doorstroomt van zachte naar harde fase (met bouwvergunning). Dit aandeel is zeer klein en is te verklaren door langlopende ruimtelijke en milieutechnische procedures.<sup>71</sup>

### 5.6 Theoretische aanknopingspunten bij het aanbod van winkelvastgoed

Het laatste aanknopingspunt is dat van Auffourtit.<sup>72</sup> Die stelt dat de winkelmarkt sterk in beweging is. De terughoudende winkelplanning heeft er in Nederland voor gezorgd dat er te weinig aan vernieuwing van het winkelbestand is gedaan. Daarnaast heeft ook de regelgeving negatieve invloed gehad, maar met het nieuwe ruimtelijk beleid is er meer aandacht voor vernieuwing.

Het is belangrijk te weten dat in de toekomst de wijze van hoe we met winkelvastgoed om gaan een afspiegeling is van wat zich in de maatschappij afspeelt. De afgelopen jaren hebben maatschappelijke veranderingen ervoor gezorgd dat consumenten anders zijn gaan winkelen. Hierbij is de opkomst van internet en de veranderingen en ontwikkelingen in de algemene levensstijl van grote invloed geweest op het winkelgedrag van consumenten. Het is dus van groot belang dat retailers consumenten verleiden een winkel te bezoeken. Voor winkelcentra betekent dit dat authenticiteit en onderscheidend vermogen steeds belangrijker worden.

Om flexibeler in te spelen op de behoeften van de consument is het belangrijk om de toekomstige ontwikkelingen in kaart te brengen. Hiervoor is een goede afstemming nodig tussen overheid, ondernemers en de vastgoedbranche. De huidige liberalisering van ruimtelijke ordeningsbeleid is goed maar het is belangrijk dat de kaders worden vastgesteld waarbinnen op regionaal en lokaal niveau planvorming plaatsvindt. De overheid moet de hoofdrichting en de toetsingskaders aangeven voor initiatieven uit de markt. Voor deze gewenste veranderingen is een impuls nodig op het gebied van kennisontwikkeling binnen het vakgebied. Het is belangrijk om verder te kijken dan cashflows en stenen en niet vooral op vastgoedmanagement te richten. Er moet meer aandacht worden besteed aan marketing, dynamiek en flexibiliteit, want dat bepaalt uiteindelijk het rendement.

Ook is er voor de financiering van vastgoed een nieuwe manier van denken nodig. Aanvangsrendementen dalen door schaarste aan passend winkelvastgoed. Er komen ook steeds meer (buitenlandse)investeerders op de markt en er wordt geïnvesteerd met het oog op toekomstige waardeinstijgingen. De vraag is echter in hoeverre deze nog zijn te realiseren. De bevolking zal steeds minder groeien en het besteedbare inkomen zal door stijgende vaste lasten gaan dalen. Het idee voor een maakbare samenleving wordt losgelaten en er wordt meer aan de markt overgelaten. Het bedrijfsleven speelt meer in op veranderende consumentenpatronen en de resultaten van marktonderzoek. Zo gaat de markt langzaam in de richting van een dynamisch en economisch gestuurd winkelaanbod.

<sup>71</sup> Bron: Nieuw commercieel vastgoed 2008, feiten en cijfers, Voorburg 2008

<sup>72</sup> Bron: FGH Vastgoedbericht, interview met P. Auffourtit, pag. 28 2007

## **5.7 Resumé**

Alle voorgaande paragrafen beschrijven ontwikkelingen die invloed hebben op de vraag naar metrages, locatie en kwaliteit van winkelveastgoed. Samengevat hebben deze ontwikkelingen de volgende gevolgen op de vraag naar winkelveastgoed:

### *Metrages*

Vanuit de aanbodkant zal het aantal vierkante meter winkelveastgoed dat nieuw op de markt komt minder snel groeien. Veel projecten waar nog geen bouwvergunning voor afgegeven is zijn uitgesteld of geschrapt. Dit komt door het achterblijven van consumentenbestedingen en de daaraan gekoppelde daling van de omzet in de detailhandel.

### *Locatie*

Het geregistreerde aanbod is vooral te vinden in de perifeer gelegen detailhandel zoals bouwmarkten en tuincentra. Daarnaast is veel aanbod in verouderde wijkwinkelcentra. De transformatie van een aanbiedersmarkt naar een vraaggerichte markt biedt hier mogelijkheden

### *Kwaliteit*

Door de economische crisis zal de ontwikkelaar het huidige aanbod gaan renoveren. Dit zorgt er voor dat de kwaliteit van “oud” winkelveastgoed zal gaan verbeteren.



### Hoofdstuk 6 Uitkomsten interviews

Voor dit onderzoek zijn 10 leden van IVBN (Vereniging van Institutionele Vastgoed Beleggers in, Nederland) geïnterviewd. De leden zijn o.a. actief op de winkelvastgoedmarkt en bezitten in totaal ongeveer 4,6 miljoen m<sup>2</sup> aan winkeloppervlak met een gezamenlijke portefeuillewaarde van € 12 miljard. Dit zijn solitaire panden en winkelcentra. In een bijlage is een overzicht van de geïnterviewden opgenomen.

#### *Strategie*

De geïnterviewden zijn allemaal op de hoogte van de vergrijzing en ontgroening van Nederland maar gaan in hun strategie hier verschillend mee om. Het grootste deel van de geïnterviewden zegt geen direct-specifiek beleid te hebben ten aanzien van de vergrijzing en ontgroening van Nederland.

In de strategie wordt rekening gehouden met de koopkrachtontwikkelingen in een verzorgingsgebied van winkels en richt zich op doelgroepen. Algemene motieven als gemak en bereikbaarheid spelen hierbij een belangrijke rol. Dit zijn motieven die niet uitsluitend gelden voor senioren. Bestaande winkelcentra zullen bouwkundig worden aangepast zodat deze makkelijker toegankelijk zijn voor senioren maar ook minder validen en ouders met kindwagens. Bij nieuwbouwontwikkelingen wordt rekening gehouden met de verbetering van toegankelijkheid. Er zal beter naar de inrichting van winkelgebieden moeten worden gekeken. Het is niet de bedoeling dat winkels gericht op senioren allemaal bij elkaar komen te zitten. In praktijk gaat het er om dat een kledingwinkel gericht op jongeren met harde muziek niet naast een kledingzaak zit gericht op senioren.

Enkele geïnterviewden geven aan met het oog op de vergrijzing goed te kijken waar hun winkelgebieden liggen. Er zijn voorbeelden bekend dat winkels zijn afgestoten omdat de vergrijzing in het verzorgingsgebied te snel gaat. Andere geïnterviewden kijken daar in tegen alleen of de

huurgroei niet achterblijft bij het portefeuillegemiddelde. Is dit wel het geval dan worden panden afgestoten. Ook wordt aangegeven dat winkelbeleggingen in krimpgebieden (bijvoorbeeld Limburg) door de vergrijzing meer risico met zich meebrengen. Hier staan wel een hoger rendement tegenover. Het vergrijzingvraagstuk wordt ook meegenomen in de acquisitie. Een goede spreiding van de portefeuille wordt belangrijker. In de toekomst zal winkelvastgoed dat gesitueerd is in de Randstad, Periferie en grote steden buiten de Randstad een steeds groter aandeel hebben in de portefeuille.

Geïnterviewden geven aan dat gekeken wordt naar de combinatie winkels en zorgvastgoed. Met zorgvastgoed moet worden gedacht aan zorgvoorzieningen als een fysiotherapeut en niet aan woningen. De combinatie zorgvastgoed en winkels zal zorgen voor een verlenging van de verblijfsduur. Dit onderwerp staat door de huidige economische situatie op dit moment niet hoog op de agenda.

Geïnterviewden geven aan dat de consument leidend is voor winkelvastgoed. Onder consument wordt dus niet alleen de senior verstaan. Op een paar uitzonderingen na houdt de belegger zich (nog niet) bezig met vergrijzing. Sommige geïnterviewden geven wel aan research te doen naar de vergrijzing in Nederland maar dat is nog niet vertaald in specifiek beleid en strategie.

Het beeld dat men heeft van de “Senior” is veelal identiek:

- Senioren van nu en de toekomst kan je niet vergelijken met de senior van vroeger.
- Senioren hebben meer geld te besteden.
- Senioren hebben meer tijd.

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

- Senioren zijn langer mobiel, vitaler en ondernemen meer.
- Senioren vinden thema's als gemak, service, veiligheid, bereikbaarheid erg belangrijk.

Bij enkele punten van deze beeldvorming worden wel kanttekeningen geplaatst. In de eerste plaats hebben veel van deze punten overlap met de jeugd. Jongeren van nu zijn niet te vergelijken met jongeren van vroeger, ze zijn mobiel en gemak en bereikbaarheid spelen een grote rol van betekenis. Er is echter geen inzicht hoeveel geld jongeren te besteden hebben en waar ze dat aan zullen doen. Geïnterviewden zouden hier graag meer inzicht in willen hebben.

### *Metrage*

De geïnterviewden beamen dat senioren meer te besteden hebben maar sommige vragen zich af of ze dit ook daadwerkelijk gaan doen. Senioren zullen meer gaan besteden aan reizen maar ze zullen niet significant meer gaan besteden aan bijvoorbeeld kleding en andere luxegoederen. De prognose dat winkels op PDV en GDV locaties meer zullen groeien doordat senioren gaan verhuizen en/of verbouwen wordt niet breed gedragen. Er zal een lichte stijging waarneembaar zijn maar deze zal op den duur weer afnemen. Veel goederen als meubels e.d. gaan een lange periode mee en worden niet met regelmaat aangeschaft. Tijden waarin PDV/ GDV locaties als paddenstoelen uit de grond schoten hebben ertoe geleid dat landelijk te veel aanbod is van deze locaties. De grotere PDV/GDV-s nabij centraal gelegen steden met een compleet aanbod zullen toekomst hebben. De rest zal op den duur verdwijnen.

Senioren hebben meer vrije tijd te besteden maar een deel van de geïnterviewden stelt dat senioren niet alleen vrije tijd gaan besteden aan

winkelen. Sport, hobby's en meer vakanties zullen meer vrije tijd in beslag nemen. De hoeveelheid vrije tijd kan "bruto" stijgen maar zal netto niet zo veel groeien.

De invloed van het groeiend aantal senioren op de samenstelling van het winkelbestand zal volgens de geïnterviewden niet heel groot zijn. In de branchemix van een winkelgebied zullen maar kleine veranderingen plaatsvinden als het gaat om winkels die gericht zijn op senioren. Dit zijn bijvoorbeeld winkels voor hoortoestellen en hulpmiddelen in de zorg. Retailers zullen zelf hun assortiment gaan aanpassen op de doelgroep die ze willen bedienen. Dit betekent niet dat in de toekomst alle kledingwinkels gericht zijn op senioren. De branchemix van een winkelgebied blijft belangrijk voor de potentie van een stad, wijk- of winkelcentrum.

Senioren zijn meer "ingeburgerd" met het gebruik van internet. Dit zal beperkte invloed hebben op internetaankopen of het huidige winkelbestand (met uitzondering van CD- en boekwinkels). Het internet zal wel groeien als extra dienstverlening naast de bestaande winkels. Het wordt makkelijker oriënteren, informeren en vergelijken. Aspecten als zien, voelen en beleven blijven voor senioren belangrijk. Dit staat los van hoe de techniek zich gaat ontwikkelen. Innovatie zal in de toekomst bepalen of er meer besteed gaat worden via internet. Volgens de geïnterviewden zijn de ontwikkelingen in de branche van reisbureaus opvallend. Een aantal jaren geleden was de verwachting dat reisbureaus hun diensten vaker via het internet zouden aanbieden. Het aantal reisbureaus zou afnemen en zich in kleinere panden in aanloopstraten gaan vestigen. In praktijk is het aantal reisbureaus wel afgenomen maar ze zitten vaak in grote panden midden in winkelcentra. Een verklaring

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

hiervoor is de groeiende vraag naar “speciale” vakanties. Voor deze vakanties komt de consument nog steeds naar het reisbureau.

### *Locatie*

In de winkelhiërarchie van Nederland zullen stadscentra, stadsdeelcentra, en wijkwinkelcentra het goed blijven doen. Dit komt door een groot verzorgingsgebied met relatief weinig concurrentie en een compleet aanbod van winkels. Ook de mogelijkheid om kleinere winkels te combineren met winkels van grote omvang is een pluspunt.

Buurtwinkelcentra zullen het daarentegen moeilijker krijgen. Over het algemeen stellen de geïnterviewden dat centra boven de 5000m<sup>2</sup> meter met een grote supermarkt levensvatbaar zijn. Toch is er een klein aantal uitzonderingen. Belangrijk voor een buurtwinkelcentrum is de “verankering” in de wijk. Buurtcentra in oudere stadswijken zullen iets meer potentie hebben dan buurtcentra in nieuwbouwwijken. Oudere wijken hebben over het algemeen een hogere bewoningsgraad dan nieuwbouwwijken. Door de groei van nieuwbouwwijken en de behoefte van de lokale politiek om daar altijd detailhandel in te plannen heeft een negatieve invloed. Er zijn teveel winkels in een te klein verzorgingsgebied. Alleen winkels in de food- sector hebben hier op lange termijn meer potentie.

### *Kwaliteit*

In het rapport “Vastgoedmarkt en Vergrijzing” wordt een aantal adviezen gegeven voor de inrichting van winkelgebieden zoals;

- Toevoegen van (extra) roltrappen en liften.
- Weghalen van paaltjes, drempels, bloembakken en andere storende elementen.
- Scheiden van “langzame” en “snelle” passanten
- Creëren van korte looproutes met voldoende rustmomenten als bankjes, koffie/lunchrooms en terrassen.
- Aanwezigheid van hulpdiensten die helpen bij het dragen van gekochte goederen.
- Goede aansluiting op hoogwaardig openbaar vervoer en parkeergelegenheid.

Naast aandacht voor toegankelijkheid moet er meer worden geïnvesteerd in veiligheid. Ouderen zijn gevoelig voor veiligheidsaspecten in hun directe omgeving. Men kan denken aan: <sup>73</sup>

- zichtbaar beheer en bewaking
- (extra ) beveiligingscamera's
- afsluiten van winkelcentra na sluitingstijd
- goede verlichting openbare ruimte
- voorkomen van onoverzichtelijke punten als steegjes e.d.
- stimuleren van andere activiteiten in winkelgebieden als wonen boven winkels.

---

<sup>73</sup> Bron: IVBN, Vastgoedmarkt en Vergrijzing, opgesteld door STEC Groep, Voorburg 2005

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

Geïnterviewden geven aan dat veel van deze aanpassingen niet alleen van toepassing zijn voor senioren maar ook voor andere consumenten. Toegankelijkheid is voor een consument met kinderwagen of een consument die minder valide is net zo belangrijk als voor een senior met rollator of rolstoel.

Het scheiden van “langzame” en “snelle” passanten is in praktijk niet mogelijk. Wel moeten straten en passages in winkelgebieden breed genoeg zijn. Toevoegen van meer rustpunten als bankjes e.d. is een aandachtspunt. Met name omdat winkelgebieden steeds meer als ontmoetingsplek zullen gaan fungeren. Dit kan in sommige gevallen ook leiden tot meer overlast zoals “hangjongeren en hangouderen”.

Het plaatsen van meer horeca roept vragen op. In het buitenland zijn winkelgebieden voorzien van hoogwaardige horeca die door bezoekers veelvuldig worden gebruikt. In Nederland heerst een andere (eet)cultuur en het is de vraag of meer horeca ook meer bezocht zal worden.

Het thema veiligheid geldt niet alleen voor senioren. Ondernemers en bezoekers van een winkelgebied willen zich niet meer of minder veilig voelen dan een senior.

De bestaande portefeuille wordt, indien nodig, op bovenstaande punten bouwkundig aangepast. Nieuwbouwwontwikkelingen worden conform de eisen ontworpen.

Om andere activiteiten in winkelgebieden te stimuleren zullen er in de toekomst meer mogelijkheden zijn voor winkels in combinatie met zorggerelateerd vastgoed. Hiermee worden niet de seniorenwoningen boven winkels bedoeld, maar bijvoorbeeld praktijken van huisartsen of fysiotherapeuten. Het stimuleren van combinatiebezoek is goed voor een

winkelgebied omdat de verblijfsduur wordt verlengd. Of er ook zelf in zorgvastgoed zal worden geïnvesteerd is (nog) niet helder.

Ondernemers staan vooraan bij de “kleine” veranderingen in het winkelbestand. Zij zijn degenen die consument in het algemeen en niet alleen de senior ontvangen en bedienen. Formules bepalen het aanbod en winkelvastgoed is daar niet sturend in maar faciliterend.

### Hoofdstuk 7 Conclusies

De bevolking van Nederland zal in hoog tempo gaan vergrijzen. Het aandeel 55- plussers zal in 2031 het hoogst zijn. In 2031 is er een piek van ruim 6,2 miljoen 55- plussers waar er nu 4,4 miljoen in Nederland zijn. Het aantal 65-plussers zal tussen 2005 en 2040 toenemen van 2,3 miljoen naar 4,1 miljoen. Ook het aandeel 75-plussers en 85-plussers zal fors in aantal toenemen. Het aantal 75-plussers zal in 2045 zijn gestegen tot 2,3 miljoen personen. Dit is meer dan de helft van het huidige aantal. Het aantal bejaarden van 85 jaar en ouder zal met een factor 2,5 toenemen tot 2045. Er is in dit verband dus sprake van een dubbele vergrijzing.

Naast vergrijzing is in Nederland ook sprake van ontgroening. Het aantal jongeren in Nederland neemt af als gevolg van een dalend geboortecijfer. Dit komt door een daling van de gemiddelde leeftijd waarop vrouwen kinderen krijgen. Deze daling is toe te schrijven aan het feit dat vrouwen langer doorstuderen en aan een carrière werken. Jongeren van nu zijn niet te vergelijken met de jongeren van de toekomst. Het is nodig om een beter beeld te krijgen hoe jongeren zich in de toekomst gaan ontwikkelen, hoeveel geld ze te besteden hebben en waar ze dat aan zullen gaan uitgeven. Hier is nu nog te weinig inzicht in.

De senioren van de toekomst komen uit de “Protestgeneratie” (geboren tussen 1940 en 1955) en hebben een hoger opleidingsniveau en inkomen dan de huidige senioren. Door een gezondere levensstijl zullen ouderen uit de “Protestgeneratie” vitaler en mobieler zijn dan de twee generaties voor hen. De manier van leven zal voor de toekomstige ouderen in het teken staan van actief, gezondheid, krachtig en mobiel.

De Stec- groep doet een aantal aannames als het gaat om de vergrijzing van de Nederlandse bevolking. Veel van deze aannames leiden tot enige discussie. Ook de Stec- groep stelt dat de koopkracht belangrijk is voor de vraag naar winkelruimte en senioren steeds belangrijker worden voor de omzet van winkels. Senioren hebben meer koopkracht door betere pensioenvoorzieningen en vermogen uit eigen huisbezit. Het rapport van de Stec- groep dateert uit 2005. Daarom is het van belang na te gaan wat de invloed van de “economische crisis” is geweest op de koopkracht uit pensioenen en eigen huis bezit.

Samengevat zullen senioren straks meer koopkracht hebben. Enige voorzichtigheid is geboden bij gedachte dat zij ook meer zullen gaan besteden. Senioren van de toekomst zijn voorzichtiger met het doen van uitgaven. Daarnaast is het nog maar de vraag of ze ook daadwerkelijk meer geld uitgeven aan consumptiegoederen en kleding.

#### *Metrage*

De winkelvastgoedmarkt is een dynamische markt. Deze dynamiek is voor 80 % vastgoedgerelateerd en zorgt er voor dat het moeilijk is voorspellingen te doen. De laatste jaren is er teveel aangestuurd op de ontwikkeling van vierkante meters die geen draagvlak hebben. Daarnaast lijkt het aanbod winkels dat de laatste tien jaar ontwikkeld is erg veel op elkaar. Het is zaak om de markt gezond te houden door het aanbod beter af te stemmen op de vraag. Het herstructureren en/of uit de markt halen van bestaand winkelvastgoed is hiervoor de beste oplossing. Op de winkelmarkt is geen plaats meer voor het vergroten van het aanbod. De huidige recessie heeft wel een rem gezet op nieuwbouwontwikkelingen maar er zitten nog teveel vierkante meters in de pijpleiding. De transformatie van de winkelmarkt naar een vervangingsmarkt is eerder

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

noodzakelijk dan gedacht. Alleen op deze manier blijft de winkelmarkt gezond. Door het “opruimen” van incourant winkelvastgoed wordt leegstand voorkomen en blijft het vastgoed dat in de portefeuille van de belegger zit stabiel in waarde. De verschuiving van een gematigde nieuwbouw naar vervangingsmarkt zal sneller optreden. Dit gaat in tegen de voorspellingen van Brounen en Eicholtz. Zij stellen dat de vraag naar winkelvastgoed tot 2030 bescheiden zal blijven groeien. Dit komt door de totale groei van de Nederlandse bevolking tot 2030 en de koopkrachtontwikkeling in Nederland. Het aantal senioren in Nederland zal groeien en de verwachting is dat zij een sterkere koopkracht hebben in vergelijking met senioren van nu. Het is alleen de vraag of senioren ook daadwerkelijk meer gaan besteden. Het is daarom belangrijk om het bestedingsgedrag van senioren beter in kaart te brengen. Zo kunnen trends sneller worden herkend en is een betere controle mogelijk op de winkelmarkt.

In de jaren voor de crisis stonden beleggers in de rij om winkelvastgoed in de portefeuille op te nemen. De beleggingsdruk zorgde samen met de lage rentestand voor een daling van de bruto aanvangsrendementen. Overheidsbeleid zorgde voor de ontwikkeling van grootschalige detailhandel aan randen van steden. Door de onbeheerste ontwikkeling van PDV en GDV locaties is daar nu een structureel overschot aan het ontstaan met leegstand als gevolg. Er wordt altijd verondersteld dat schaalvergroting het gevolg is van de vraag van de consument. De consument wil zo goed mogelijk bediend worden op een zo klein mogelijke afstand. Maar de vraag naar schaalvergroting komt voor een groot deel uit de retail. Vooral als het economisch slechter gaat treedt er sneller branchevervaging op. Dit heeft als gevolg dat de vraag naar winkelruimte groeit.

In het artikel “winkelmarkt is toe aan vernieuwing” stellen de geïnterviewden Haringsma en Pruijmenboom dat traditionele winkelcentra terrein gaan verliezen aan “Large Scale Retail” waaronder PDV en GDV. Deze stelling is interessant als men kijkt naar de uitkomsten van het referendum omtrent de “Mega Mall” in Tilburg . 53 procent van de stemmen is tegen de komst van een “Mega Mall” te zijn. Traditionele winkelcentra gaan geen terrein verliezen aan large scale retail. Het is wel zaak dat traditionele winkelcentra zich blijven onderscheiden van andere winkelgebieden. Als gekeken wordt naar de hoeveelheid vierkante meters van winkelcentra zullen de supermarkten grootverbruikers blijven. De consument wil hier een uitgebreid aanbod en daar is volume voor nodig. Maar er zal wel degelijk ruimte blijven voor kleinere winkels die bijdragen aan het complete aanbod van winkelcentra en het recreatieve winkelen van consumenten.

De laatste jaren is veel geïnvesteerd in de werkende beroepsbevolking door de opkomst van “convenience” winkels als de Albert Heijn-to-go. Er is in totaal een flink aantal vierkante meters winkels toegevoegd op vervoersknooppunten en grootschalige kantoorlocaties. Door de vergrijzing zal de druk op de krimpende beroepsbevolking alleen maar toenemen. Aspecten als tijd en gemak worden voor consumenten die werken steeds belangrijker. Anderzijds neemt de beroepsbevolking sterk af en daalt het aantal mensen dat gebruikt maakt van deze gemakswinkels. Hierdoor is het moeilijk om een voorspelling te doen als het gaat om de toekomst van deze gemakswinkels.

Hoe het aantal speciaalzaken zich gaat ontwikkelen hangt af van een aantal factoren. Speciaalzaken zijn in trek bij vooral oudere consumenten. Het merendeel van de consumenten wil, vooral bij de dagelijkse boodschappen, snel en efficiënt winkelen. De oudere generatie bezoekt

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

nog regelmatig een speciaalzaak. Senioren laten zich beter informeren en nemen weloverwogen beslissingen bij aankopen. Daarbij willen senioren kwaliteit en zijn bereid daar ook voor te betalen. Deze ontwikkelingen hebben invloed op de levensvatbaarheid van speciaalzaken. Deze speciaalzaken zijn niet levensvatbaar op de zogenoemde “winkelstrips”. Speciaalzaken zijn nog levensvatbaar als zij in de nabijheid zitten van grotere ketens. Dit gaat vooral op in de food-sector. Eigenaren van de grotere winkelcentra streven naar diversiteit en hier zijn deze speciaalzaken een middel voor. Het gevaar voor het voortbestaan van speciaalzaken zit steeds vaker in vraagstukken als opvolging en personeel. Uit marktonderzoek van GFK (Growth of Knowledge Research bureau) is gebleken dat speciaalzaken terrein verliezen ten opzichte van grote winkelketens. Ten aanzien van de bovenstaande punten is het niet eenvoudig deze trend te doorbreken.

De invloed van internet op het aanbod winkels zal beperkt toenemen. Niet alle producten zijn geschikt om via internet te kopen. Vooral producten als cd's en boeken hebben duidelijke specificaties en alleen de prijs kan verschillend zijn. Voor het vergelijken van luxe en vooral duurdere producten blijft de consument naar de winkel gaan. Er kan een parallel worden getrokken met de ontwikkelingen op de markt van reisbureaus. Iedereen dacht dat met de komst van het internet het aantal reisbureaus flink zou gaan afnemen. In praktijk is het totale aantal reisbureaus inderdaad gedaald maar het totaal aantal vierkante meters die reisbureaus gebruiken is nauwelijks veranderd. Kleine reisbureaus in aanloopstraten hebben plaats gemaakt voor vestigingen in winkelcentra omdat de vraag naar luxe reizen is toegenomen. Stijnenbosch heeft in theorie gelijk dat het aanbod van en in winkels zal veranderen naar de behoefte van de gebruikers. Veranderingen in de ICT- sector en

veranderingen in het economisch- en sociaalsysteem zorgen voor veranderingen in behoefte van de consument. Het blijft alleen moeilijk deze veranderingen op lange termijn in te schatten.

### *Locatie*

De senior zal zich meer aangesproken voelen tot de binnenstad dan tot moderne grootschalige winkelgebieden aan randen van steden. Dit komt doordat de binnenstad en de weg er naar toe bekend is bij senioren. Ondanks dat senioren actiever, gezonder, krachtiger en mobieler zijn zullen PDV en GDV locaties hier geen voordeel mee doen. Het bezoek van een senior hangt, net als bij andere doelgroepen, af van de diversiteit in het winkelgebied en of senioren er kunnen vinden wat zij zoeken. Door het beschikbaar komen van tijd kunnen senioren er ook voor kiezen een andere binnenstad te bezoeken. De afstand die wordt afgelegd voor het recreatieve shoppen kan hierdoor groeien.

Buurt- en wijkwinkelcentra krijgen geen nieuwe kansen als zij in de nabijheid van grote groepen senioren liggen. Ondanks dat senioren (en andere doelgroepen) hun dagelijkse boodschappen in de buurt doen. Je kan je namelijk twee dingen afvragen. Ten eerste is het niet duidelijk of buurten en stadsdelen ontstaan waar grote groepen senioren wonen. Daarnaast is het verzorgingsgebied voor senioren vergroot door de toename van mobiliteit. De “schuifelafstand” van een buurtwinkelcentrum betreft per definitie een te klein verzorgingsgebied. Ten tweede doen niet alleen senioren hun dagelijkse boodschappen in de buurt. Ook andere doelgroepen willen hun dagelijkse boodschappen met gemak en dichtbij huis kunnen halen. De levensvatbaarheid van een winkelcentrum is gebaseerd op speerpunten als compleet aanbod,

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

bereikbaarheid, parkeren, diversiteit en onderscheid en een of meerdere grote supermarkten.

Stads-, stadsdeel- en wijkwinkelcentra zullen het goed blijven doen als zij; een gemengd aanbod van winkels hebben, gemiddeld minimaal 5000 vierkante meter groot zijn en zich onderscheiden van andere centra. Doordat de senior langer mobiel en meer ondernemingsgezind is zal de factor afstand hier een kleine rol spelen.

Over het algemeen zullen buurtwinkelcentra het moeilijker krijgen omdat hun omvang en verzorgingsgebied te klein is. Buurtwinkelcentra in oudere stadswijken met een compleet aanbod van dagelijkse boodschappen die “verankerd” zijn in de wijk hebben nog wel enige potentie.

Het aantal PDV en GDV locaties zal in de toekomst afnemen. Grote centraal gelegen locaties met een compleet aanbod zullen de toekomst hebben. De kleinere locaties zullen door te weinig vraag en omzetspotentieel verdwijnen. Tijden waarin PDV en GDV locaties als paddenstoelen uit de grond schoten hebben ertoe geleid dat er landelijk te veel aanbod is. Gevolg is dat op deze locaties veel leegstand te zien is. De prognose dat winkels op PDV en GDV locaties meer zullen groeien doordat senioren gaan verhuizen en/of verbouwen kan worden verworpen. Er zal een lichte stijging waarneembaar zijn maar deze zal op den duur weer afnemen. Veel goederen als meubels e.d. gaan een lange periode mee en worden niet met regelmaat aangeschaft. De slechte ontsluiting van PDV en GDV locaties door openbaar vervoer blijft, ondanks de verbeterde mobiliteit en vitaliteit van senioren, een nadelige factor.

### *Kwaliteit*

De kwalitatieve inrichting van winkelgebieden richt zich niet alleen op de wensen van senioren. Veel bouwkundige toepassingen zijn niet alleen op senioren gericht maar ook op andere consumenten. Toegankelijkheid is voor een consument met kinderwagen of een consument die minder valide is net zo belangrijk als voor een senior met rollator of rolstoel. Hetzelfde geldt voor het thema veiligheid. Ondernemers en andere bezoekers van een winkelgebied willen zich niet meer of minder veilig voelen dan een senior.

In het artikel “winkelmarkt is toe aan vernieuwing” vragen de geïnterviewden Haringsma en Pruijmenboom zich af of de aandacht van de belegger in winkelvastgoed wel in de pas loopt met de ontwikkelingen in de retailsector. Haringsma en Pruijmenboom concluderen dat de vraag van winkelvastgoed in aanloopstraten van binnensteden, buurt- en wijkcentra het moeilijk gaan krijgen. Hier is de concurrentie per vierkante meter het grootst. Consumenten worden te weinig uitgedaagd door te veel keuzes voor hetzelfde. De oplossing voor dit probleem leggen de geïnterviewden bij de belegger. De beleggers moeten hun winkelgebied actief managen en het bezoek beïnvloeden door het organiseren van activiteiten. Dit roept de vraag op hoever de bemoeienis van een belegger moet gaan. Beleggers voeren al actief management in hun winkelcentra als het gaat om zaken als verhuur, marketing, retailmix, onderhoud etc.. Het uitdagen van de consument is niet alleen de verantwoordelijkheid van de belegger. De ondernemers spelen hier ook een belangrijke rol in.

Veel spelers op de winkelmarkt hebben op basis van koopkrachtprognoses e.d. het idee dat het met de senior (van de toekomst) “wel goed zit”. Echter kan je bij veel prognoses en



## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

verwachtingen omtrent koopkracht, bestedingen, tijd en levensteil van senioren je afvragen of deze ook plaats gaan vinden. Wat is de invloed geweest van de crisis op de koopkracht van senioren? Gaan senioren ook daadwerkelijk meer besteden aan consumptiegoederen of blijven zij daar terughoudend in? Gaan senioren ook dusdanig meer tijd besteden aan winkelen zodat omzetten stijgen? Het is van groot belang dit goed te onderzoeken. Beleggers en ondernemers vervullen hier beide een belangrijke rol in. Door de transformatie naar een vervangingsmarkt zal de winkelvastgoedmarkt krappere worden. Het uit de markt nemen van niet courant winkelvastgoed komt op lange termijn ten goede aan de belegger. Maar tijdens de ontwikkeling van nieuwe winkelconcepten moet de samenwerking tussen belegger en ondernemer worden geoptimaliseerd. Op die manier blijft de winkelmarkt een gezond geheel van vraag en aanbod.

De consument is volgens beleggers leidend voor winkelvastgoed. Maar het groeiend aantal senioren zal uiteindelijk geen grote invloed hebben op de samenstelling van het winkelbestand. Het assortiment van winkels zal geleidelijk iets gaan veranderen. Ondernemers zullen hun assortiment aanpassen aan de wensen van doelgroepen waarvan de senior er één is. Het aantal zorggerelateerde winkels zal niet explosief toenemen.

Op een paar uitzonderingen na houdt de belegger zich (nog niet) bezig met vergrijzing. Sommige geïnterviewden geven wel aan research te doen naar de vergrijzing in Nederland maar dat is nog niet vertaald in specifiek beleid en strategie. Omdat de winkelmarkt en consument zich moeilijk laat voorspellen is het ook aannames voor de verre toekomst te doen. Het is noodzakelijk dat per winkelgebied de bevolkingsontwikkeling goed in kaart wordt gebracht. Door deze ontwikkelingen te “bewaken is het mogelijk om op tijd in te springen op veranderingen in het

verzorgingsgebied. Samenwerking met de ondernemers is hierbij van groot belang. Ondernemers hebben direct zicht op wie er in de winkels komen en waar vraag naar is. Op deze manier worden trends en ontwikkelingen tijdig herkend en kan de belegger samen met de ondernemer nieuwe concepten ontwikkelen. Op deze wijze wordt de consument optimaal bediend, haalt de ondernemer een hogere omzet, blijft de portefeuille van de belegger gezond en blijft de leegstand beperkt.

## **Hoofdstuk 8 Bijlagen**

### **7.1 Literatuurlijst**

- Auffourtit. P, (2007) interview FGH Vastgoedbericht, pag. 28
- Becker, H.A. (1992), Generaties en hun kansen. Amsterdam: Meulenhof.
- Becker, H.A. (1997), De toekomst van de verloren generatie. Amsterdam: Meulenhof.
- Boekema F.B. Spierings E. Van de Wiel (2000) winkels in de 21ste eeuw; shoppen op nieuwe locaties, Arko, Nieuwegein
- Bolt E.J. (2003) Winkelvoorzieningen op waarde geschat, theorie en praktijk, Bolt, Merkelbeek
- Bolt E.J.(2003) Winkelvoorzieningen op waarde geschat, theorie en praktijk, Bolt, Merkelbeek
- Brounen & Eicholtz (2004), Vastgoed kraakt onder economische druk ESB, pagina 150
- Buitenhof, aflevering 841, zondag 21 dec.2008
- CBS (2003), Na 2010 slaat de vergrijzing toe, webmagazine. Heerlen/Voorburg: Centraal Bureau voor de Statistiek
- CBS (2009) Grafiek 3.5 via <http://statline.cbs.nl> bezocht op 29-5-2009
- CBS (2009) Grafiek 3.6 via <http://statline.cbs.nl> bezocht op 29-5-2009
- CBS (2009) Grafiek 3.7 via <http://statline.cbs.nl> bezocht op 29-5-2009
- CBS (2009) Grafiek 3.4 via <http://statline.cbs.nl> bezocht op 29-5-2009
- Derks W. (2006) Van Groei naar afname, Rooilijn nummer 2
- Derks, W., P. Hovens en L. Klinkers (2006), Structurele bevolkingsdaling, een urgente nieuwe invalshoek voor beleidsmakers. Universiteit Maastricht
- DTZ Zadelhof (2005) Cijfers in perspectief. De Nederlandse markt voor commercieel vastgoed, Utrecht, DTZ Zadelhoff
- Gool van, Brounen, Jager en Weisz (2001) Onroerend goed als belegging, Wolter Noordhoff B.V. Groningen/Houten
- ING Real Estate (2006) Dutch View, hoofdstuk 4 winkels, ING RE, Den Haag
- IVBN (2005), Vastgoedmarkt en vergrijzing. Voorburg: Vereniging van Institutionele beleggers in Vastgoed Nederland
- IVBN (2007) De Vastgoedbeleggingsmarkt in Nederland 2007, Voorburg. Vereniging van Institutionele beleggers in Vastgoed Nederland

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.

- Marquard A.R. Tiemstra B.(2003) Basissyllabus Vastgoedmarktanalyse, SBV-VGA, ASRE, Amsterdam
- Meer van der M.J. (2006) Older adults and their sociospatial integration in the Netherlands, KNAG, Utrecht/ Amsterdam
- Mierlo van en Wit de (2004), Winkelvastgoedmarkt is toe aan vernieuwing, Vastgoedmarkt pag. 54
- NEPROM (2008) Nieuw Commercieel Vastgoed in Nederland, in feiten en cijfers 2008, NEPROM, Voorburg
- Nozeman.e.a. (2008) Handboek voor Projectontwikkeling, NEPROM, Voorburg
- Overbeek et al (2005) Vergrijzing in Nederland, naar een toekomst gericht Ouderenbeleid, Utrecht
- Post van der W (2004) Scriptie: Retail en Ruimte, ASRA, Amsterdam
- Rokeach (1973) The Nature of Human Values
- ROZ/ IPD (1995-2009) Jaarpublicaties resultaten ROZ/ IPD property index, ROZ/IPD
- RPB (2006), Krimp en ruimte, bevolkingsafname, ruimtelijke gevolgen en beleid.Rotterdam/ Den Haag: NAI Uitgevers/ Ruimtelijk planbureau
- Schraven R.(2004),Scriptie: Van Regionaal naar Nationaal woningmarktevenwicht, ASRE, Amsterdam
- SCP (2005), Ouderen van nu en van de toekomst, hun financiële spankracht, zorgbehoefte en woonwensen. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau
- SCP (2006), Rapportage ouderen 2006, verandering in de leefsituatie en levensloop. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- SER (2002), EU en vergrijzing, advies over de EU en de gevolgen van vergrijzing. Den Haag Sociaal Economische Raad
- Stec Groep (2005) Vastgoedmarkt en vergrijzing, IVBN, Voorburg
- Stijnenbosch M.H. (2004) Andere maatschappij vereist andere kijk op vastgoed, PropertyNL research quarterly pag. 57-61
- Theebe M.A.J. (2004) Theoretische aspecten van Wheaton en DiPasquale, opleiding marktanalyse, ASRE, Amsterdam
- Verenigde Naties (2007)World Population Ageing 2007, VN, pag.517 New York
- Verzijden D. Fransen J. (2004) Vergrijzing in Nederland, RVD
- VROM-raad (2005), Oude bomen? Oude bomen moet je niet verplanten, VROM, Den Haag
- Wheaton W.C. DiPasquale d. (1996) Urban economics and real estate markets, Prentice Hall, Englewood, Cliffs NJ

## 7.2 Lijst van geïnterviewden



### **Altera Vastgoed**

Dhr. R. Hogenes  
*Portefeuillemanager winkels*  
Gesproken op 9-6-2009



### **ASR Vastgoed**

Dhr.Drs. B. Tiemstra MRE  
*Managing Director Commercieel Vastgoed*  
Gesproken op 5-6-2009



### **Bouwfonds**

Mevr. vd Rest  
*Asset Manager CREI Benelux*  
Gesproken op 4-6-2009



### **Corio Nederland**

Mevr. Drs. C. Kievit  
*COO*  
Mevr. Drs. Ing. B. Gerritse MRICS  
*Head of Leasing*  
Gesproken op 25-5-2009



Vastgoed

### **Delta Lloyd Vastgoed**

Mevr. van Hagen  
*Portfoliomanager winkels*  
Mevr. drs R.M. Mastop  
*Account Manager winkels*  
Gesproken op 19-5-2009



### **ING REIM**

Dhr. J. Dobben MRE  
*Asset Manager Retail*  
Gesproken op 27-5-2009



### **Mn Services**

Dhr. R. Roggeveen  
*Portefeuille Manager COR Nederland*  
Gesproken op 28-5-2009



### **Redevco**

Dhr. M. Siezen  
*Managing Director*  
Gesproken op 8-6-2009

## DE WINKELVASTGOEDMARKT EN VERGRIJZING IN NED.



### **Syntrus Achmea Vastgoed**

Dhr. van Oostrum

*Teammanager Exploitatie*

*Winkelbeleggingen*

Gesproken op 4-6-2009



### **Vastned**

Mevr. vd. Mispel

*Directeur Retail Nederland*

Gesproken op 10-6-2009