

## Fakton: 'Middle of the road kan niet meer in vastgoedland'

06-05-2015 09:21

**Sinds februari 2015 bestaat Fakton uit: Fakton Capital, Fakton Consultancy, Fakton Valuation en Fakton Executives. Met deze verdergaande specialisatie van de dienstverlening denkt Fakton nog beter te kunnen inspelen op de snel veranderende (inter)nationale vastgoedmarkt. VJ wilde graag meer weten over de trends in vastgoedland en sprak hierover uitgebreid met Erik Faber, partner bij Fakton.**

Over de vernieuwde structuur vertelt Faber: "We merkten steeds vaker dat de oplossing niet alleen meer uit het 'sommetje' kon komen, maar bijvoorbeeld ook vanuit de kapitaalkant. Om op dit vlak beter herkenbaar te worden hebben we besloten de nieuwe businessunit Fakton Capital op te zetten. Met deze 'Finance Boutique' hebben we in korte tijd onze naam gevestigd op het gebied van financieren en investeren in nieuwbouw. Fakton Capital is gevestigd in Amsterdam en dat is best bijzonder voor een echt Rotterdams bedrijf. Voor de herkenbaarheid zijn we in Amsterdam, net als in Rotterdam, gevestigd in het WTC."

### Nederland in kopgroep

Faber vertelt aan VJ dat het nog maar 2 jaar geleden is dat Nederland onderaan het lijstje met interessante plekken voor buitenlandse investeerders stond. "Het motto was toen nog 'Als je ergens niet moet zijn is het Nederland'. In die periode is Fakton druk geweest met het adviseren en begeleiden van gemeenten en vastgoedeigenaren met problematische projecten en vastgoedportefeuilles. Belangrijke vraagstelling die steeds terug kwam was 'Wat is mijn positie nog waard en wat kan ik er nog mee? Moet ik juist investeren of verkopen?' Gelukkig is het vastgoedklimaat in Nederland weer aan het verbeteren. De Rode lantaarn-positie van het Nederlands vastgoed is voor een divers aantal gebieden in Nederland weer omgewisseld voor een plek in de kopgroep", zegt Faber.

Hoe is deze ommekeer tot stand gekomen? Faber: "De vastgoedprijzen zijn meer marktconform geworden en daarmee interessant voor investeerders, die weer hopen op waardegroei. Daarnaast zijn de macro-economische waarden van Nederland door de jaren heen altijd goed geweest. Door deze robuuste 'fundamentals' komen investeerders dus ook weer snel terug. Daar komt bij dat er in Nederland altijd veel kapitaal aanwezig is geweest, alleen vond het zijn weg niet naar het vastgoed. Nu het sentiment omslaat lijkt er een reset plaats te vinden in delen van de Nederlandse vastgoedmarkt. Dit begon met een normalisatie van het prijsniveau in de woningmarkt, maar dit drong ook door tot de kantoren- en nu ook de retailmarkt. Dat helpt".

### Vastgoedtoekomst in kaart

"Wij hebben voor diverse gemeenten uit de G-32 een analyse gemaakt van hun eigen vastgoedlandschap. Steden weten vaak niet goed wie hun investeerders zijn en waar kansen liggen. Om dit beter te kunnen duiden introduceerden we de 'investeringskaarten'. Met deze analyses brengen we niet alleen kansrijke locaties of gebieden in beeld, maar proberen we ook projecten en nieuw kapitaal aan elkaar te verbinden, zodat zij samen de toekomst van de stad kunnen bepalen en versterken", zegt Faber.

Hij vervolgt: "Om de investeringskaart nog verder kracht bij te zetten leveren we in samenwerking met Mainspring ook de zogenaamde 'effectieve vraag'-analyses. De afgelopen jaren zijn de vraag en aanbod verhoudingen van elkaar losgeraakt. Daarnaast dachten wethouders voor de crisis lange tijd vanuit aantallen, maar dankzij de crisis zijn kwantitatieve doelen omgezet naar kwaliteitsdenken."

### Crisis in verschillende marktsegmenten

"De markt verschuift en dat treft alle segmenten. Na de woningcrisis sloeg de crisis toe in de kantorenmarkt en nu is de retail aan de beurt", vertelt Faber. "Middle of the road kan niet meer in vastgoedland. Je moet keuzes

maken als vastgoedaanbieder en dus minder sterk in het anonieme middensegment gaan zitten. De Europese gebruikersmarkt kent traditioneel een grote onder- en bovenlaag en een relatief klein middensegment. Nederland heeft daarentegen de afgelopen decennia juist een groot middensegment opgebouwd."

Faber gaat verder: "Kijk naar bijvoorbeeld Miss Etam en V&D, zij zitten in het middensegment en hebben het lastig. In het midden van de markt maak je geen duidelijke keuzes en dat is juist wat consumenten willen. Kies voor de onderkant (Primark of Action) of juist voor luxe (Bijenkorf), maar minder voor het midden. Door de crisis worden de rijken rijker en groeit de onderlaag, waardoor het midden kleiner wordt. Daar moet op worden ingespeeld."

Volgens Faber is dit fenomeen ook te zien in de kantorenmarkt. "Op de Zuidas zijn nooit concessies gedaan aan kwaliteit, waardoor zowel gebruikers als beleggers de prijzen weer omhoog drijven. High-end, front-office. Amsterdam Zuid-Oost heeft altijd gekozen voor een back-office positionering, goedkoper. Beide gebieden zijn daardoor in trek. Als vastgoedaanbieder of gebiedsontwikkelaar moet je een duidelijke keuze maken: óf laag óf hoog en niet schipperen met een risicovolle middle of the road benadering."

Ook de woningmarkt heeft met dergelijke effecten te maken. "Voorheen behoorde een woning van 3 á 4 ton tot het middensegment en liep de verkoop zelfs in sub-urbane gebieden goed. Nu hoort zo'n woning thuis in het dure segment en moet je echt iets bijzonders aanbieden, anders verkoopt het niet meer. Om de afzet van woningen toch weer een impuls te geven hebben woningproducenten met onder andere ketenintegratie gezorgd dat woningen in prijs weer onderscheidend en herkenbaar worden. Op dit moment kun je tot €250.000 weer een goede woning kopen, dat was voor de crisis echt anders. Als je je dan realiseert dat grofweg driekwart van de Nederlandse woonconsument helemaal geen duurdere woning kan betalen is het maar goed dat er een stuk prijsbezuiniging heeft plaatsgevonden. De retailmarkt ondervindt dat nu aan den lijve", aldus Faber.

## **Transformaties**

Een andere belangrijke trend in de vastgoedmarkt blijft de transformatie van leegstaande gebouwen in de bestaande stad. Faber zegt hierover: "In de jaren '80 was het een trend om de stad te verlaten, nu is het andersom: alles en iedereen trekt naar de stad toe. Dat betekent een blijvend toenemende druk op binnenstedelijke locaties. Leegstaande panden hier blijven kans houden op een toekomst, in tegenstelling tot gebouwen in de periferie. De trek naar de binnenstad zal nog wel even aanhouden verwacht ik, dus moeten we goed nadenken over de mogelijkheden voor onder andere kantoorpanden buiten de stad. Daarbij zullen we ook niet ontkomen aan sloop."

Volgens Faber zijn veel van de eerste generatie transformaties reeds in beeld gebracht en in herontwikkeling: "De eerste generatie was laaghangend fruit, maar nu komt de tweede generatie eraan en dat is moeilijker en duurder. Veel kantoren uit de eerste transformatiegolf hebben de status van hotel of studentenhuisvesting gekregen, we moeten echter oppassen voor verzadiging. Ook hierbij is het weer belangrijk om duidelijke keuzes te maken en scherp te blijven op de markt. Faktoren is bij diverse transformatietrajecten betrokken en kijkt per individueel project naar de financiële-, markttechnische en gebouwmogelijkheden. Deze kennis brengen we ook weer in voor het Transformatieplein op de Provasa."

## **Charlotte Bijenveld**