VASTGOED JOURNAAL

Uitspraken Vastgoedbeslissers: 'Kansen liggen voor het oprapen, maar krapte ligt op de loer' + VIDEO

04-12-2017 11:09

De kansen liggen voor het oprapen in de kantorenmarkt, maar krapte ligt op de loer. Zo moet er snel bijgebouwd worden om aan de wensen van de huurders van de toekomst te voldoen. Dit en meer werd besproken tijdens het jaarlijkse Vastgoedbeslissers-congres gehouden in Hotel Okura in Amsterdam vorige week.

Volgens Sven Bertens, hoofd research JLL, liggen de kansen voor het oprapen in de kantorenmarkt. En dan niet alleen in Amsterdam, maar ook daar buiten kijken beleggers geïnteresseerd naar kantoormeters. Bertens: “Op dit moment is er al €15 miljard belegd, ik voorspel dat het beleggingsvolume eind 2017 €20 miljard zal zijn. Ook de kantooropname is toegenomen, ik denk dat aan het eind van dit jaar de 1,4 miljoen vierkante meter halen.”

De rest van Nederland

Maar waar liggen precies de kansen? In de vijf grote steden van Nederland zijn er onderlinge verschillen, merkt Bertens op. Toch blijft Amsterdam populair, maar dit zorgt voor een eigen problematiek: “Er is 400.000 vierkante meter in Amsterdam opgenomen, waardoor het leegstandcijfer in korte tijd gedaald is van 13% naar 6%. Het is dus een enorme uitdaging voor de gebruiker om een geschikte ruimte te vinden. We verwachten dus dat de opname de komende jaren in Amsterdam gaat terugvallen.”

Waar is dan wel ruimte? Volgens Bertens is het heel simpel: de rest van Nederland. “Er is 6 miljoen vierkante meter aan kantoorruimte waar leegstand is, 11% in totaal. In de Randstad is veel ruimte beschikbaar, dus hier liggen de kansen. We geloven sterk in stationslocaties, maar locaties met kantoorparken zijn passé.” In Den Haag bijvoorbeeld is de leegstand ook flink afgenomen, hier zijn veel kantoren getransformeerd naar woningbouw. In Rotterdam liggen ook kansen, maar hier is volgens Bertens een mismatch tussen vraag en aanbod. “In Rotterdam heb je niet veel kantoren van hoogwaardige kwaliteit.”

Geef kantoorgebruikers opties

Omdat we tijdens de crisis abrupt gestopt zijn met bouwen en de focus hebben verlegd naar transformatie, ligt er op korte termijn een grote uitdaging. Is er wel genoeg geschikte kantoorruimte? Volgens Bertens is de vraag van kantoorgebruikers verandert, maar is de markt hier nog niet op voorbereid. “Er zijn niet veel opties voor kantoorgebruikers. Gemeenten hebben plannen gepresenteerd, maar dat duurt drie of vier jaar voordat dit is gerealiseerd. Dus ik denk dat de kantorenmarkt terug zal vallen de laatste jaren.”

"Hierbij een oproep aan ontwikkelaars: begin met bouwen!"

Jaar vol uitdagingen

Bertens deed ook zijn visie voor 2018 uit de doeken. “In 2018 zal de leegstand op toplocaties onwijs afnemen, zo zal rondom Utrecht CS en de Zuidas onder de 4% komen. Gebruikers die op zoek zijn naar dat soort plekken, zullen niet slagen om hier kantoorruimte te vinden. Dus hierbij een oproep aan ontwikkelaars: begin met bouwen!,” aldus Bertens.

Over de beleggingsmarkt zegt hij: “Kapitaal moet renderen, veel fondsen hebben hun aandeel in vastgoed verhoogd maar willen nog meer beleggen. Het product is niet altijd beschikbaar, dus er zal meer vraag zijn naar direct vastgoed. Fondsherstructureringen zullen komend jaar veel voorkomen. 2018 zal een jaar worden vol uitdagingen.”

Ambitieus zijn
Een aantal topspelers in de kantorenmarkt deden ook aanbevelingen over de kantorenmarkt. Zo is George van Hooijdonk, directeur van MN, het eens met Sven Bertens dat er bijgebouwd moet worden. “Laten we goed realiseren wat er in het verleden is gebeurd en niet ongelimiteerd bijbouwen. Nog kort geleden kampten we met hoge leegstand, dus we moeten bewust bouwen.” Volgens Jeroen Lokerse, CEO van Cushman & Wakefield moeten we geen concessie doen aan kwaliteit en integriteit. “We moeten los van conjunctuur en politiek beslissingen nemen, durf ambitieus te zijn!” Rutger Schuur, CEO van ABN Amro Real Estate, wilde graag de markt meegeven om goed te kijken naar vastgoedmanagement. “Je moet proactief zijn in je vastgoedmanagement om zo aan de huurdersvraag te voldoen. Op dit moment is er een groot gat tussen eigenaar en huurder en dit moet gedicht worden.”

"Kijk ook naar de kosten, je wint de wedstrijd niet alleen door naar de winstenkant te kijken.”

Voldoen aan vraag huurder van de toekomst
Bernd Stahli, CEO van NSI, deed ook zijn visie over de kantorenmarkt uit de doeken. Ook hij ziet dat huurders andere vragen zijn gaan stellen. “Huurders zijn veeleisender geworden. Maar daarbij zijn ze ook soms zelf zoekend naar hoe ze het Nieuwe Werken het beste kunnen implementeren. Hier ligt een rol weggelegd voor de kantoorverhuurder om de huurder mee te nemen.”

NSI doet dat met hun label HNK, een concept waar Stahli veel van geleerd heeft. “Je moet eerst helder hebben wat voor concept je wilt uitdragen. Ga je voor service of ga je voor vastgoed?” Volgens Stahli gaat het om de combinatie. “In de hotelindustrie is vastgoed en de exploitatie van het concept uit elkaar getrokken. Bij NSI zit dit bijeen, wat voordelen heeft maar ook een spanningsveld creëert. Het concept is nog niet rendabel, we subsidiëren zelf de panden. Dit gaat nu goed, maar we moeten hiermee oppassen.” Daarbij zet NSI in op het beter inzichtelijk maken van de kosten. “Je kan zo makkelijker bijsturen, je wint de wedstrijd niet alleen door naar de winstenkant te kijken.”

Het flexkantorenconcept HNK wil de komende jaren verder groeien, maar dit blijkt niet makkelijk. Stahli: “Een goede locatie is er één met goede infrastructuur, meerdere functies in de buurt, een eigen entree en aan een bepaalde omvang voldoet. Niet alle kantoren in onze portefeuille voldoen hier aan, dus we willen panden aankopen en in grotere steden de groei zoeken. Maar vaak kijk je dan naar locaties waar anderen ook al zitten, dus het is een lange termijn spel.”

Consumentenvertrouwen nog nooit zo hoog
Ook het thema Retail kwam ter sprake, Joost Vooijs, director Asset services bij Colliers, zegt dat het goed gaat met de winkelmarkt en dat het consumentenvertrouwen nog nooit zo hoog was als nu. Ook de leegstand neemt af, al waarschuwt Vooijs dat het een vertekend beeld is. “Op dit moment is er een hoge opname door horeca, waardoor er een lichte daling is in leegstaande winkelmeters. Ook fastfoodketens en bezorging groeit, zij kiezen tevens voor traditionele winkellocaties. Food is the new fashion.” Amsterdam blijft daarbij een aantrekkelijke markt, maar overige steden hebben volgens Vooijs ook redelijke rendementen.

Disruption en data
Toch zijn er aantal dingen waar op gelet moet worden, zo is flink sprake van disruption. “Het marktaandeel wordt aangetast door CoolBlue of Picnic. Online retailers willen winkels in steden gaan openen. Zij hebben daarbij de voorsprong omdat ze al zoveel informatie van hun klanten hebben, dus reguliere retailers moeten de confrontatie aangaan met online retailers.” Als voorbeeld noemt Vooijs ook Amazon. “Ook zij maken bewegingen om naar Nederland te komen, door de snelle bezorgservice Prime te introduceren. Je ziet dat het gedrag van de consument online aan het veranderen is. Zij kunnen door de data producten bieden die klanten nog geen eens wisten dat ze die wilden hebben. Dat is pas echte klanttevredenheid.”

VASTGOED JOURNAAL

Lokale last mile
Daarentegen zijn er ook kansen voor lokale ondernemers, zegt Vooijs. “De fameuze last mile waar altijd over gesproken wordt kan door een organisatie als Amazon nog beter worden uitgevoerd als er contact wordt opgenomen met lokale ondernemers en door hen wordt uitgeleverd. Dan komen online en offline samen, dit maakt het weer interessant.”

Beweegredenen consument
Daarbij zegt Vooijs dat beleving steeds belangrijk wordt en dat steden moeten gaan begrijpen wat een consument beweegt om naar een plek te komen. Winnaars zijn binnensteden die willen samenwerken en goed hun consument begrijpen en weten hoe die te bereiken. “Zorg dat je jezelf goed profileert, snap ondernemerschap en zorg dat je online alles voor elkaar hebt.”

"De onlinemarkt neemt toe, maar we verdienen toch echt in de winkels. Online brengt teveel kosten met zich mee."

Aanbevelingen
Daarnaast werden er ook een aantal aanbevelingen aan de markt gedaan. Rik Eertink, Fund manager CBRE Global Investors, pleit ervoor het echte retail perspectief los te laten en naar de stad als een geheel te kijken. Als voorbeeld noemt hij de samenwerking tussen WeWork en Hudson’s Bay. “Op de bovenste laag van de winkels, komen kantoren waardoor een plek meer leeft.” Ook ziet hij veel heil in een samenwerking tussen supermarkten en restaurants, oftewel blurring. Jan Willem van Roggen, Managing Director NIBC Bank, gaf als les mee om te zorgen voor diversificatie van het aanbod. “We moeten geen eenheidsworst hebben, maar binnensteden creëren die blijven verrassen.”

Kwaliteit
Ronny Rosenbaum van CEO van RBJ Group of Companies, belegt al 35 jaar in winkelvastgoed en is tevens mede-eigenaar van The Sting. Hij geeft als les mee aan de markt vooral te investeren in A1 vastgoed. “Ik heb een voorliefde voor kwaliteit. Ik beleg alleen in A1 vastgoed en niet in rommel. Je hebt dan ook te maken met A1 huurders. Ik heb niets gemerkt van de slechte tijd, want in A1 winkelvastgoed gaat het altijd goed. Ook al heb je leegstand dan heb je het vaak in 14 dagen weer verhuurd, soms voor iets meer of soms iets minder. Maar omdat ik een grote portefeuille heb dan is een kleine minnetje buiten de stad minder merkbaar, dan grote plussen in de stad. Je gaat er dus altijd op vooruit, ook in slechte tijden.”

Over de opmars van online maakt Rosenbaum zich geen zorgen: “Wij hebben ook online, maar we verdienen toch echt in de winkels. Online brengt teveel kosten met zich mee. Het gaat vooral om de retouren, waar je vroeger 30% maar terugkrijgt is dit nu meer dan de helft. In de grote binnensteden van Nederland gaat het goed en daar draaien we winst.”

Ronny Rosenbaum werd tevens uitgeroepen tot Vastgoedbeslisser van 2017 – lees hier zijn reactie en een overzicht van de hele lijst.

Kimberly Camu