

Waardering leegstand

De druk van leegstand

Het economische functioneren van winkelgebieden staat onder druk. Veranderend consumentengedrag, opkomst van internetverkoop in combinatie met bevolkingskrimp en een financiële crisis, zorgen voor een afnemende vraag naar winkelruimte. Gevolg is dat de leegstand in winkelgebieden, maar ook daarbuiten, toeneemt. De vraag is hoe dit op te lossen.

Tegelijkertijd zijn er nog steeds veel plannen voor nieuwbouw en daarmee uitbreiding van het winkelaanbod. Hier ontstaat een dilemma. Moet een bouwstop afkondigd worden en eerst de bestaande leegstand ingevuld, of moet er dynamiek zijn en nieuwbouw toegelaten worden in de hoop dat dit leidt tot verbetering?

Om hier antwoord op te kunnen geven is inzicht in de kern van leegstand nodig. Waarom staat een winkelruimte leeg? Is de ruimte nog courant, wordt verwacht dat er snel een nieuwe gebruiker komt? Inzicht in deze kwalitatieve aspecten is essentieel. Wanneer de oorzaak van leegstand bekend is, zijn oplossingen beter te sturen.

Emma retail kan inzicht geven in de verschillende vormen van leegstand.



Vormen van leegstand

Dynamische/ frictie leegstand:	Korte leegstand, bijvoorbeeld door een verandering in gebruiker. De huur loopt af of een pand wordt verkocht en een nieuwe gebruiker trekt in. Door deze wisseling staat het pand korte tijd leeg.
Courante leegstand:	Langere leegstand, veelal door tekort aan nieuwe gebruikers. Dit kan bijvoorbeeld ontstaan door een overaanbod of door afnemend economisch functioneren. Een pand staat voor langere tijd leeg, maar is wel in te vullen, zonodig onder verbeterde omstandigheden.
Incourante leegstand:	Langere leegstand, moeilijk oplosbaar in de huidige vorm. Een winkelpand is door haar ligging, bereikbaarheid, omgeving niet meer aantrekkelijk. Of de indeling van het vastgoed zelf is onbruikbaar. De ruimte is bijvoorbeeld te klein, te groot of heeft scheve wanden.

Productinformatie



Kwalitatieve waardering

De gebruikelijke analyses geven alleen inzicht in de kwantiteit van leegstand, zoals het aantal panden en het totale oppervlak. Een vergelijking met (landelijke) gemiddelden geeft daarbij de relatieve omvang van het probleem weer. Helaas geven deze analyses geen kwalitatieve waardering. In theorie is het mogelijk dat de leegstand in een gemeente substantieel is qua omvang, maar het vooral gaat om bijvoorbeeld (te kleine) incurante panden op C-locaties. Wat ons betreft is het evident dat in zo'n geval een ander beleid gevoerd wordt, dan bij grote courante leegstand op A-locaties.

Onderzoeksmodule

Emma retail is zich bewust van deze verschillen en heeft daartoe een module ontwikkeld voor een kwalitatieve waardering van winkelleegstand.



De module hanteert drie invalshoeken om de leegstand te waarderen:

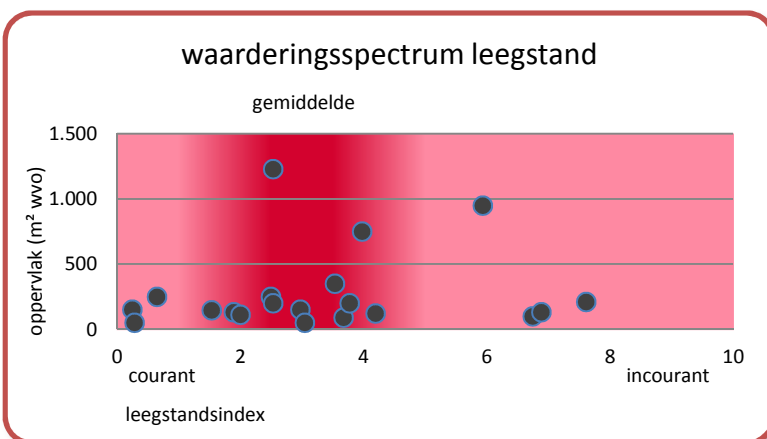
- **De markt:** hierbij gaat het onder meer om het algemene functioneren van het winkelaanbod, de verzorgingspositie en aantrekkingskracht van winkelgebieden en de lokale dynamiek in vraag en aanbod van winkelvastgoed.
- **De locatie:** dit zijn de inzichten in specifieke locatiekenmerken van het vastgoed zelf en de directe omgeving. Onder meer ligging, bereikbaarheid, zichtbaarheid, kwaliteit vastgoed.
- **De omgeving:** hierbij gaat het enerzijds om de fysieke omgeving van het vastgoed en de verandering daarvan in het verleden en de toekomst (door bijvoorbeeld planontwikkeling). Anderzijds gaat het om veranderingen in het consumentengedrag en –behoeften.

De aanpak

Om tot een kwalitatieve waardering te komen, maken we een inventarisatie van de leegstand in een bepaald gebied. Interviews met lokale partijen, zoals makelaars, eigenaren en huurders c.q. retailers, geven voeding aan de analyse.

Een beeld wordt geschetst van het profiel en het functioneren van het winkelaanbod in het gebied. Dit geeft de algemene positie weer. Vervolgens wordt elke leegstaande winkel beoordeeld op een twintigtal punten. De beoordeling geeft een waarderingspectrum van courante tot incurante leegstand. Een interpretatie van dit spectrum, waarin ook de omgevingsfactoren zijn meegenomen, geeft uiteindelijk een kwalitatieve waardering van de leegstand.

De module ‘kwalitatieve waardering winkelleegstand’ resulteert in een bondige rapportage met een kwantitatief én kwalitatief overzicht van de leegstand. De rapportage is bruikbaar als onderbouwing en ondersteunt beleids- en planontwikkeling op het gebied van detailhandel, ruimtelijke ordening en gebiedsmanagement.





Onze meerwaarde

Emma retail is een onderzoeks- en adviesbureau in ruimtelijke ordening, met de focus bij detailhandel, horeca en andere consumentgerichte voorzieningen. Emma retail opereert op het snijvlak van ruimtelijke ordening, vastgoed en (commerciële) voorzieningen. Met onze kennis van het consumentengedrag en contacten met marktpartijen, zoals eigenaren, ondernemers en retailers, weten wij waar de behoeften liggen en wat de ruimtelijk functionele randvoorwaarden zijn voor het creëren van een aantrekkelijke leefomgeving.

Wij kunnen voor elke gemeente in Nederland een objectieve waardering maken van de winkelleegstand.

Voor meer informatie kunt u vrijblijvend contact met ons opnemen.

Emma retail
Meester van Oeffelstraat 7
5237 KN
's-Hertogenbosch
06-24778704
KvK nummer 52790827
jaapkaai@emmaretail.nl
www.emmaretail.nl