

De invloed van de locatie op de waarde van winkelcentra

De ruimtelijke wetenschapper krijgt tijdens zijn studie te horen dat kenmerken van locatie, omgeving en ligging van grote invloed zijn op de waarde van een bepaalde plek. En iedere Monopoly-speler weet dat een pand in de Kalverstraat meer kost dan een pand op de Brink. Taxateurs van winkelcentra blijken in de praktijk nog weinig rekening te houden met deze wijsheden. Drs. ing. J. Zimmer MRE ontwikkelde een methodiek die daarin voorziet.

JEF FOLKERS EN RONALD KLIP*

De waarde van een winkelcentrum is vooral van belang voor de eigenaar en voor een mogelijke koper. Dat zijn in veel gevallen institutionele beleggers. Gezien de toegenomen omvang van het in winkelcentra belegde vermogen, is het echter opmerkelijk te noemen dat taxateurs in de praktijk zo weinig aandacht besteden aan de kwaliteit van de betreffende locatie. Dit stelt drs. ing. J. Zimmer MRE in zijn SBV-scriptie *Waardebepaling winkelcentra in een ander licht*.

KWALITEIT

De waardering van een belegger voor een winkelcentrum is gebaseerd op een tweetal componenten: het directe rendement (de huuropbrengsten) en het indirecte rendement (de waardeontwikkeling). Vooral dit laatste is lastig te voorspellen en sterk locatiegebonden. Zimmer ontwikkelde op basis van zijn bij winkelcentra-ontwikkelaar WPM opgedane ervaring een methodiek om de locatiecomponent beter te ondervangen. Zijn uitgangspunt hierbij was dat in de huidige taxatiepraktijk te weinig rekening gehouden wordt met de kwaliteit van het object. De taxateur kijkt vooral naar de directe inkomsten van het winkelcentrum. Deze vormen de belangrijkste input van de taxatie. De overige uitgangspunten van de taxateur blijven voor de opdrachtgever echter in veel gevallen onduidelijk. De kwaliteit van een winkelcentrum bestaat volgens Zimmer uit een groot aantal aspecten (zie tabel 1), die als volgt te groeperen zijn:

- de omgevingskwaliteit: aspecten die betrekking hebben op het marktgebied en de concurrentiepositie van het winkelcentrum, alsmede de institutionele omgeving (overheidsbeleid);

- de kwaliteit van de locatie: aspecten die betrekking hebben op de ligging en de bereikbaarheid;
- de functionele kwaliteit: aspecten die betrekking hebben op de functie en de branchering;
- de fysieke kwaliteit: aspecten die betrekking hebben op de verschijningsvorm en het functioneren van het winkelcentrum als gebouw;
- de commerciële kwaliteit: aspecten die betrekking hebben op de opvalwaarde, de weringskracht en de uitstraling van het centrum. Het belang van de situering van het winkelcentrum wordt duidelijk uit het feit dat twee van de vijf kwaliteiten te maken hebben met de locatie en de omgeving van het winkelcentrum.

BEHEERSBAARHEID

De volgende stap is het aanbrengen van een wegging. Niet alle kwaliteiten dragen immers in dezelfde mate bij aan de waarde(ontwikkeling) van het winkelcentrum. De omgevingskwaliteit en de kwaliteit van de locatie vindt Zimmer het belangrijkste, aangezien de omgeving in principe niet veranderbaar is. De ontwikkelingen in de omge-

veranderbaar en dus beheersbaar, hoewel veelal niet zonder ingrijpende maatregelen: wanneer men de functie en de branchering dan wel het winkelcentrum als gebouw wil wijzigen, ontkomt men meestal niet aan een renovatie of een verbouwing.

De commerciële kwaliteit van een winkelcentrum is veelal te verbeteren en dus beheersbaar met minder ingrijpende maatregelen: wanneer men bijvoorbeeld de opvalwaarde en de uitstraling van het winkelcentrum wil optimaliseren, kan door middel van een kleine cosmetische ingreep het winkelcentrum al veel attractiever worden gemaakt.

Zimmer komt tot de volgende indicatieve wegging van de kwaliteitsaspecten:

- niet of moeilijk beheersbaar: kwaliteit locatie 60%
- passief beheersbaar: omgevingskwaliteit 30%
- actief beheersbaar: functionele, fysieke en commerciële kwaliteit 10%

Deze wegging is in het onderzoek voorgelegd aan een aantal vastgoedexperts, waarna geconcludeerd werd dat deze wegging een goed uitgangspunt kan zijn.

Tabel 1. Indeling waardebepalende factoren van een planmatig ontwikkeld winkelcentrum naar kwaliteit

OMGEVINGS-KWALITEIT	KWALITEIT LOCATIE	FUNCTIONELE KWALITEIT	FYSIEKE KWALITEIT	COMMERCIELE KWALITEIT
Economisch profiel gemeente	Absolute ligging	Aanbod in relatie tot functie	Opzet/lay-out/compactheid	Concept
Demografische ontwikkeling	Situering in verzorgingsgebied	Aanbod voeding- en genotmiddelen	Routing/circuitvorming	Presentatie
Gemiddeld besteedbaar inkomen	Primair verzorgingsgebied	Aanbod duurzame en overige goederen	Fysieke uitbreidbaarheid	Zichtbaarheid
Lokale concurrentie	Secundair verzorgingsgebied	Dienstverlening	Entrees	Herkenbaarheid/ attentiewaarde
Regionale concurrentie	Koopkrachtbinding	Horeca- en overige voorzieningen	Maatvoering units (Maatvoering)	Zichtlijnen
Winkelaanbod per hoofd	Koopkracht toe-/afvoering	Trekker	openbaar gebied	Inrichting/steer
Ontwikkelingsmogelijkheden omgeving	Bereikbaarheid	Branche-patroon	Veiligheid/netheid	Bewinkeling/ druktebeeld
Woningbouw	Parkeren	Trekkerbeeld	Klimaat/verlichting	Promotie
Winkelvoorzieningen	Aansluiting op omgeving	Kwaliteitsniveau winkels	Onderhoudstoestand	Bewegwijzering extern
Bereikbaarheid + parkeren	Bevoorradingsmogelijkheden	Verhouding landelijk filiaalbedrijf: midden- en kleinbedrijf	Expedië	Bewegwijzering intern

ving van een winkelcentrum zijn in beginsel niet actief beheersbaar. Een verzorgingsgebied kan moeilijk veranderd worden; de komst van een nieuwe woonwijk in het verzorgingsgebied van een bestaand winkelcentrum kan grote gevolgen hebben voor de omzetten van de winkels in het centrum.

Wel is het aspect omgeving passief beheersbaar; dit wil zeggen dat men kan inspelen op de ontwikkelingen die zich in het gebied voordoen. Wanneer echter de locatie en/of het marktgebied van het winkelcentrum zeer slecht beoordeeld worden, moet men afwegen in hoeverre investeringen in functionele, fysieke en commerciële kwaliteit nog zinvol zijn. Functionele en fysieke kwaliteit zijn in beginsel

Volgens Zimmer wordt vandaag de dag in veel taxatierapporten te weinig aandacht besteed aan de moeilijk beheersbare kwaliteiten. Door wél met deze aspecten rekening te houden, komen de perspectieven (het indirecte rendement) van een winkelcentrum beter in beeld en wordt de waardebepaling reëler.

*Redactie AGORA

Voor dit artikel is gebruik gemaakt van de scriptie *Waardebepaling winkelcentra in een ander licht. Beoordeling object-specifieke risico's bij de waardebepaling van planmatig ontwikkelde winkelcentra*, welke geschreven is ter afsluiting van de Postdoctorale Opleiding Vastgoedkunde van de Stichting voor Beleggings- en Vastgoedkunde (SBV). De auteur van de scriptie, drs. ing. J. Zimmer MRE, is werkzaam bij Mabon bv als manager vastgoedontwikkeling commercieel onroerend goed.