

Beleggen in Supermarktlocaties

Wat zijn de verklarende factoren voor de huidige lage aanvangsrendementen die beleggers betalen voor supermarktlocaties?



Auteur: Mick Oltmans

Eerste lezer: Arthur Marquard

Tweede lezer: Douglas Konadu

Inhoudsopgave

1. Inleiding	4
1.1. Aanleiding.....	4
1.2 Probleemstelling.....	6
1.3 Doelstelling.....	6
1.4. Hoofdvraag.....	6
1.5. Deelvragen.....	6
1.6. Onderzoekopzet.....	7
1.7 Relevantie onderzoek.....	7
2. Theoretisch kader	8
2.1 BrutoAanvangsRendement	8
2.1.1 Waarde van het object	9
2.1.2 Risicoprofiel BAR	9
2.1.3 BAR als Kapitalisatiefactor.....	10
2.2 Bestaande literatuur supermarktvastgoed	11
2.2 Hoe ziet het supermarktlandschap eruit?.....	14
2.2.1 Kenmerken van een supermarkt.....	14
2.2.2Trends supermarktlandschap.....	14
2.2.3 Supermarkt als winkelvastgoed.....	15
2.3 Maatschappelijke en economische ontwikkeling supermarktlandschap.....	17
2.3.1. Maatschappelijke ontwikkelingen.....	17
2.3.2 Economische ontwikkelingen.....	18
2.4 Post covid marktontwikkelingen supermarktvastgoed.....	20
2.5 Hoofdconclusie	21
3. Analyse Yield-ontwikkelingen & Externe invloeden.....	24
3.1 Yield ontwikkeling	25
3.2 EU IRS.....	27
3.3 Correlatieanalyse.....	30
4. Methodologie	32
4.1 Type onderzoek	32
4.2 Onderzoeksmethoden en Dataverzameling.....	32

4.3 De interviews	33
5. Interviewresultaten	37
5.1 Hoe kenmerkt een supermarktlocatie zich?	37
5.2 Huidige vastgoedmarkt supermarktlocaties	38
5.3 Ontwikkeling Bruto Aanvangsrendement, laatste vijf jaar	39
5.4 Invloed economische en maatschappelijke ontwikkelingen.....	39
5.5 Afnemende Bruto Aanvangsrendement verklaard vanuit investeringsperspectief.....	40
5.6 Analyse resultaten van respondenten	41
5.7 Conclusie	43
6. Conclusie & Aanbevelingen	45
6.1 Conclusie	45
6.2 Aanbevelingen.....	47
Literatuurlijst	48
BIJLAGE 1 - INTERVIEWS.....	50

1. Inleiding

De retail vastgoedsector staat voor significante veranderingen en uitdagingen, aangedreven door verschuivende consumentenvoorkeuren, de opkomst van e-commerce, en economische fluctuaties zoals inflatie. Dit onderzoek richt zich op de dynamiek van supermarktlocaties binnen deze context, een sub sector die zowel stabiliteit als groeipotentieel toont te midden van algemene marktonzekerheden. Door de recente stijging in aanvangsrendementen en speculatie over toekomstige marktcorrecties te analyseren, onderzoekt deze studie de drijvende krachten achter investeringen in supermarktvastgoed. Het doel is om inzicht te bieden in de waarde en aantrekkelijkheid van deze investeringen, met aandacht voor consumentengedrag, digitalisering, en de impact van de COVID-19 pandemie.

1.1. Aanleiding

Momenteel is de retail vastgoedsector onderhevig aan aanzienlijke veranderingen en uitdagingen. Een recent rapport van CBRE (2019) voorspelt een krimp van de retailmarkt met ongeveer 25% in de komende jaren. Opmerkelijk is de variabiliteit binnen de sector: sommige branches en locaties zullen naar verwachting beter presteren, terwijl anderen in waarde verminderen. Een eenduidige verklaring hiervoor ontbreekt in het rapport: het toekomstige succes van retail vastgoed wordt bepaald door veel verschillende (externe) factoren, zo wordt gesteld. Dit fenomeen vraagt om een diepgaande analyse van de (externe) factoren die het succes van retail vastgoed beïnvloeden.

Het consumentengedrag, en de ontwikkeling daarvan, is een van deze factoren. Het is cruciaal voor marktpartijen om te focussen op de mogelijkheden om winkelvastgoed effectief te laten functioneren. Dit omvat aandacht voor branchering, locatiekeuze en bedrijfsvoering. De verschuiving in consumentengedrag, mede als gevolg van economische druk zoals toegenomen voedselprijzen en inflatie, vereist een strategische aanpak om succesvol te zijn in de huidige markt. De evolutie van consumentengedrag, gericht op gemak, online aankopen en voorkeur voor lokale producten, dicteert de waarde van supermarktlocaties. Effectief beleggen in winkelvastgoed vereist integratie van technologie en benadrukking van nabijheid en toegankelijkheid, essentieel voor het aantrekken van consumenten (Kotler & Armstrong, 2020).

Een andere significante ontwikkeling die invloed heeft op het al dan niet functioneren van winkelvastgoed is dan ook digitalisering en daarmee de opkomst van e-commerce. De impact hiervan op winkelvastgoed is tweeledig: enerzijds kan het leiden tot een afname van fysieke winkellocaties, maar anderzijds heeft het ook de potentie om te versterken door multi-channel strategieën in te zetten. Indien de digitalisering goed wordt benut, biedt e-commerce retailers de kans om via meerdere kanalen klanten te bereiken en te bedienen, wat leidt tot een verhoogde klanttevredenheid en loyaliteit. Door fysieke en online verkooppunten te integreren, kunnen winkels een naadloze klantervaring bieden, waardoor de algehele merkbeleving versterkt wordt. Dit omnichannel benadering benut de sterke punten van zowel online als offline retail, optimaliseert de klantreis en verhoogt de competitieve positie (Verhoef, Kannan & Inman, 2015).

Fysieke winkels zullen hun bestaansrecht naar verwachting blijven behouden omdat de vraag hiernaar onder consumenten waarschijnlijk blijft bestaan (Grewal et. al., 2017). Wel introduceert de opkomst van e-commerce binnen alle retail sectoren een nieuwe vorm van concurrentie. Om te

kunnen profiteren van marktontwikkelingen zullen retailers en marktpartijen extra gedetailleerd inzicht moeten verkrijgen in de markt. Het is daarbij van belang de behoeften van de consumenten en specifieke doelgroepen goed te begrijpen zodat strategische kansen kunnen worden benut. Dit kan bijvoorbeeld door het combineren van fysiek- en online-winkelen. De locatie van de fysieke winkel speelt hierbij een cruciale rol (Brynjolfsson, Hu & Rahman, 2013).

De aanvangsrendementen voor retail-vastgoed zijn aan het stijgen en er wordt steeds meer gespeculeerd over de mogelijke correcties die plaats zullen gaan vinden binnen deze sub-sector. (Syntrus, 2020). De COVID-19-pandemie heeft een vergrotende lens geplaatst op de kritische aspecten van de sector, resulterend in een daling van transacties tegen lage aanvangsrendementen die voorheen gebruikelijk waren. Dit is met name zichtbaar in de transactie van Annexum, die voor 62 supermarktlocaties 325 miljoen euro betaalde, ofwel 17 keer de huur (Financieel dagblad, 2021): een indicatie van de toenemende vraag naar dit type vastgoed en de daaruit voortvloeiende lagere aanvangsrendementen.

Desalniettemin blijven bepaalde bestemmingen binnen de retail sector goed presteren, met name supermarktlocaties en buurtwinkels (Financieel dagblad, 2021). Supermarktlocaties zijn steeds schaarser en anderzijds steeds gewilder, wat leidt tot een waardestijging. Zo is supermarkt vastgoed is momenteel nog relatief goedkoop, maar wordt sinds een aantal jaren duurder. De waarde van onder andere supermarkten zijn op basis van huurprijzen en rendementen voor beleggers sinds 2016 met 28% gestegen (BRON). De verwachting is dat deze trend zich de komende periode zal voortzetten als gevolg van de COVID-19 pandemie. (Financieel dagblad, 2021)

Recent onderzoek toont aan dat de consumentenuitgaven in supermarkten steeds meer toenemen (CBS, 2020), hetgeen resulteert in hogere omzetten van de supermarkten (Veld, 2019) en uiteindelijk leidt tot een waardevermeerdering van de supermarktlocaties. Tegelijkertijd vindt er een andere ontwikkeling plaats: de visie van supermarkthouders wordt breder. Naast de toegenomen verkoop van supermarktproducten online, zijn er verschuivingen zichtbaar met betrekking tot fulfilment. Supermarktwinkels worden multifunctioneel gebruikt, waarbij een groot deel van de winkel ten behoeve van fysiek winkelen wordt gebruikt en een ander deel wordt gebruikt voor de orderafhandeling van de online bestellingen die bij supermarktketens worden gedaan (Investeerd.nl, 2020).

Bovenstaande aanleiding toont aan dat het van belang is om te onderzoeken hoe de combinatie van consumentengedrag, digitalisering en economische trends de waarde en aantrekkelijkheid van supermarktlocaties als investering beïnvloedt. De casus van Annexum toont aan dat, ondanks algemene marktonzekerheden, supermarktlocaties een interessante stabiliteit bieden. Dit benadrukt de relevantie van het verdiepen in de factoren die bijdragen aan de robuustheid van deze specifieke sector binnen het retail vastgoed. Het is daarom essentieel om de drijvende krachten achter de investeringsbeslissingen en de toekomstbestendigheid van supermarktlocaties in kaart te brengen, om zo strategische inzichten te verschaffen die van waarde kunnen zijn voor stakeholders binnen de vastgoedmarkt.

1.2 Probleemstelling

Momenteel wordt de prijs van supermarktvastgoed steeds meer opgedreven, zoals door recente transacties wordt aangetoond. Echter biedt de huidige beschikbare literatuur geen verklaring voor de onderliggende oorzaken. Het is daarom van belang om inzicht te verkrijgen in de drijvende factoren achter deze prijsontwikkelingen. Hierbij wordt onderzocht of de stijgende prijzen wijzen op een aanhoudende trend of slechts een tijdelijke fluctuatie. Indien de prijsstijgingen doorzetten over een periode van 5 tot 10 jaar, zou dit significante gevolgen kunnen hebben, zoals marktverzadiging, een afname in rendement, en potentieel een zeepbel in de beleggingsmarkt voor supermarktvastgoed. Het onderzoeken van deze ontwikkelingen is essentieel om de toekomstige risico's en kansen voor beleggers in kaart te brengen en om een duurzame investeringsstrategie te ontwikkelen.

1.3 Doelstelling

Dit onderzoek beoogt de toename van investeringen in supermarktvastgoedlocaties in kaart te brengen en deze (waar mogelijk) te verklaren. Deze informatie kan vervolgens gebruikt worden om te bepalen of supermarktlocaties geschikt zijn voor lange-termijn beleggingen.

1.4. Hoofdvraag

De groeiende interesse in supermarktlocaties en de daaruit voortvloeiende daling van de aanvangsrendementen roepen vragen op over de dynamiek van deze vastgoedcategorie. Hoewel de locatie ongetwijfeld een rol speelt in deze trend, is het waarschijnlijk dat er meer factoren meespelen die nog niet volledig zijn onderzocht of begrepen. Gezien het belang van deze factoren voor de besluitvorming van lange-termijn beleggers, is het essentieel om een diepgaand begrip te ontwikkelen van wat deze investeringsdynamiek drijft. De centrale vraagstelling voor dit onderzoek luidt daarom als volgt:

“Wat zijn de verklarende factoren voor de huidige aanvangsrendementen die beleggers betalen voor supermarktlocaties?”

1.5. Deelvragen

Om een zo volledig mogelijk antwoord op deze hoofdvraag te kunnen geven, zullen eerst een aantal deelvragen beantwoord worden. Om de markt zo goed mogelijk toe te lichten, zal de specifieke vastgoedmarkt van supermarktlocaties in kaart worden gebracht en worden omschreven. Vervolgens zal worden beargumenteerd waarom de aanvangsrendementen binnen de vastgoedsector een belangrijke parameter vormen bij het investeren in het vastgoed. Tenslotte zal er onderzocht worden hoe de afnemende aanvangsrendementen van supermarktlocaties verklaard kunnen worden. Concreet leidt dit tot de volgende deelvragen:

- Hoe kenmerkt een supermarktlocatie zich?
- Hoe ziet de huidige vastgoedmarkt van supermarktlocaties eruit?
- Hoe hebben de Bruto Aanvangsrendementen (BAR) ontwikkeld over de laatste vijf jaar binnen de supermarktsector?
- Welke economische en maatschappelijke ontwikkelingen hebben invloed op de marktontwikkeling? (Hoge rente en Inflatie)
- Hoe kan het afnemende Bruto Aanvangsrendement van supermarktlocaties verklaard worden vanuit een investeringsperspectief?

- Wat is de visie van marktexperts op de ontwikkeling van BAR met betrekking tot supermarktlocaties?

1.6. Onderzoeksopzet

Dit onderzoek streeft ernaar een grondig beeld te schetsen van de beleggingsmarkt van supermarktlocaties. Om de markt waarop dit onderzoek zich richt zo duidelijk mogelijk in kaart te brengen, zal eerst een duidelijke definitie van “supermarktlocatie” worden gegeven en worden toegelicht. Daarna zal op basis van literatuuronderzoek worden besproken hoe de markt zich verder kenmerkt.

Nadat de markt concreet in kaart is gebracht, zal in het tweede hoofdstuk worden toegelicht waarom het Bruto Aanvangsrendement cruciale prestatie-indicator is binnen vastgoedinvesteringen. Het Bruto Aanvangsrendement, ook wel het Bruto Aanvangsrendement genoemd, betreft de jaarhuur gedeeld door de totale investering, vermenigvuldigd met 100%.

Na de markt en het belang van het Bruto Aanvangsrendement te hebben omlijnd, zal dieper ingegaan worden op de oorzaken van de dalende aanvangsrendementen. Dit zal inhouden dat er uitgebreid literatuuronderzoek gedaan wordt, maar ook dat er kwalitatief onderzoek plaatsvindt door middel van expertinterviews. Deze interviews zijn bedoeld om perspectieven te verzamelen van verschillende stakeholders binnen de markt, waaronder beleggers, makelaars en gebruikers, om zo een volledig beeld te vormen van de onderzoeksvraag.

Gezien de specifieke aard van het onderwerp en de relatief beperkte beschikbaarheid van literatuur over deze sub-markt binnen de retail sector, is er bewust gekozen voor een kwalitatieve onderzoeksmethode. Dit zal het mogelijk maken om diepgaande inzichten te verkrijgen die anders mogelijk over het hoofd zouden worden gezien in een puur kwantitatieve analyse. Het uiteindelijke doel is om een gedetailleerd en genuanceerd begrip van de investeringsmarkt voor supermarktlocaties te ontwikkelen en om de factoren die de aanvangsrendementen beïnvloeden, bloot te leggen.

1.7 Relevantie onderzoek

Dit onderzoek is relevant voor meerdere aspecten van de retail sector, die momenteel gekenmerkt wordt door zowel speculatie als een zekere mate van pessimisme. Ondanks deze uitdagingen blijft een segment binnen de retailmarkt, namelijk die van de supermarktlocaties, robuust presteren. Maar of ook deze investeringen heel duurzaam zijn tegen de aanvangsrendementen en prijzen die nu worden betaald is de vraag. De formatie van grote vastgoedfondsen en de specialisatie van makelaarskantoren in supermarktlocaties benadrukken de noodzaak om de complexiteit van deze vastgoedinvesteringen te begrijpen.

Dit onderzoek zal bijdragen aan het verkrijgen van inzicht in de motivaties en verwachtingen van beleggers, adviseurs en gebruikers omtrent het investeren in supermarktlocaties. Daarnaast heeft het de potentie om de bestaande literatuur over deze specifieke niche binnen de retailmarkt aan te vullen. De bevindingen kunnen leiden tot een beter begrip van de huidige marktdynamiek en de ontwikkeling van tools en strategieën die stakeholders ondersteunen bij het nemen van onderbouwde investeringsbeslissingen. Dit maakt het onderzoek niet alleen theoretisch relevant, maar biedt ook praktische waarde voor degenen die actief zijn in de retail vastgoedmarkt.

2. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk wordt het theoretisch kader behandeld. Hierbij wordt dieper in gegaan op de literatuur onder andere over de Bruto Aanvangsrendementen (BAR), de huidige vastgoedmarkt van supermarktlocaties, hoe een supermarktlocatie zich kenmerkt en welke economische en maatschappelijke ontwikkelingen invloed hebben op de marktontwikkeling.

2.1 BrutoAanvangsRendement

Binnen de vastgoed literatuur is het "Bruto AanvangsRendement" óók wel BAR genoemd, ook wel "Gross Initial Yield" genoemd. Het betreft een van de meest voorkomende methodes om te kijken of een investering op het eerste oog voldoet aan de rendementseis van een belegger, een bepaalde marktwaarde beoogt en inzicht geeft in de waarde van een bepaald object. Het is een van de meest eenvoudige en voorkomende methodes. Het geeft echter geen rendementsbegrip over een bepaalde looptijd van een investering, het weergeeft de verhouding weer tussen de bruto-markthuur in het eerste jaar ten opzichte van de totale investering, ook wel op basis van de bruto jaarhuur de marktwaarde van een object bepalen. Het weergeeft de feitelijke ofwel geprognostiseerde directe beleggingsresultaten weer behaald over het volledige eerste jaar van exploitatie, in percentage uitgedrukt van de gerealiseerde ofwel de geprognostiseerde verwervingskosten. De formule ziet er als volgt uit:

$$\text{BAR} = \frac{\text{Bruto Markthuur in het eerste jaar}}{\text{Totale investering}} \times 100 \%$$

Om de dynamiek van aanvangsrendementen in de vastgoedmarkt beter te begrijpen, kan het theoretisch model van Wheaton & DiPasquale (1996) worden toegepast. Dit model beschrijft de interactie tussen de ruimte- en vastgoedmarkten, en koppelt de vraag naar ruimte aan investeringen in vastgoed.

Vanuit het Bruto Aanvangsrendement kunnen een aantal zaken worden afgelezen. Zo kan men aflezen wat de waarde van een bepaald object op dit moment is, zo kan men aflezen of er sprake is van een laag risicoprofiel of dat het object mogelijk veel potentie biedt als investeringsproduct, hier gaat meer risico mee gepaard. Hoe dit precies tot uiting komt wordt hieronder nader uitgelicht.

2.1.1 Waarde van het object

Om de waarde van een object te bepalen wordt er naar de uitkomst van de formule van BAR gekeken. Hoe hoger het percentage BAR, hoe lager de waarde van het object en hoe lager het Bruto Aanvangsrendement hoe hoger de waarde van een object. Dus wanneer de uitkomst van BAR: 10 % is, is de waarde van een soortgelijk object met een BAR van 8% een stuk hoger. Om het voornoemde inzichtelijker te maken worden hieronder twee voorbeeld berekeningen weergegeven:

Bruto aanvangsrendement = (Jaarhuur / investering) x 100 %

$$\text{BAR} = (100.000 / 1.000.000) \times 100 \% = 10 \%$$

- Waarde object : €1.000.000,--
- Huurinkomsten : € 100.000,--
- Bruto aanvangsrendement : 10 %

$$\text{BAR} = (100.000 / 1.250.000) \times 100\% = 8 \%$$

- Waarde object : €1.250.000,--
- Huurinkomsten : € 100.000,--
- Bruto aanvangsrendement : 8

Aangezien de bruto en netto aanvangsrendementen uitsluitend iets vertellen over het rendement op een investering bij de aanvang van een exploitatieperiode, wordt er in de theorie ook gekeken naar het looptijdrendement in de geprognostiseerde exploitatieperiode. Het looptijdrendement wordt ook wel de Internal Rate of Return (IRR) genoemd (Peter van Gool, 2013).

Om te bepalen wat voor een investeerder het vereiste rendement op de investering zal zijn, kan er gebruikt gemaakt worden van vier methoden conform de theorie (Peter van Gool, 2013):

- De Financieringskosten bepalen de hoogte van de rendementseis
- Door vergelijkbare aanvangsrendementen in de markt inzichtelijk te maken, kan op basis daarvan de hoogte van de rendementseis worden bepaald.
- De rendementseis kan worden bepaald door de bestaande vastgoed portefeuille en het daarover verwachte rendement.
- Tot slot kan de rendementseis worden bepaald door een verhoging met risico-opslag of verschillende risico opslagen bovenop het risicovrije te behalen rendement toe te voegen.

2.1.2 Risicoprofiel BAR

Het Bruto Aanvangsrendement geeft indirect aan of er sprake is van een risicovolle investering die mogelijk potentie biedt, of juist een investering met een laag risicoprofiel die puur zorgt voor een solide investering. om dit goed te kunnen weergeven is het belangrijk dat de correcte gegevens worden weergegeven van de huidige huurovereenkomst en de huurprijs die daarmee gemoeid is, de mate van leegstand, de hoogte van de markthuur. Indien het Bruto Aanvangsrendement van een object hoog is, initieert het Bruto Aanvangsrendement eigenlijk dat de waarde van een bepaald object laag is en daarom zorgt voor een verhoogd risico. Wat wordt er nu bedoeld met een hoog risico, hier kunnen meerdere factoren een rol spelen. Zo kan er sprake zijn van leegstand, of een verhoogde kans op leegstand, zo kan het pand een hoge mate van onderhoudsinvesteringen nodig

hebben op korte termijn om te zorgen dat het object weer goed kan functioneren, zo kan de locatie een verhoogd risicoprofiel met zich meebrengen. Al deze factoren spelen een belangrijke rol bij de bepaling van de waarde van een object. Indien een BAR juist heel laag uitvalt initieert het Bruto Aanvangsrendement een laag risico en geeft het eigenlijk weer dat er bijna geen of weinig risico's gepaard gaan met de desbetreffende investering in een bepaald object.

Het model van Wheaton & DiPasquale (1969) biedt een theoretisch kader om deze risicoprofielen beter te begrijpen. Het model stelt dat vastgoedprijzen en rendementen (zoals het Bruto Aanvangsrendement) worden bepaald door de interactie tussen vraag en aanbod op de vastgoedmarkt. Hoge vastgoedprijzen, vaak veroorzaakt door hoge vraag en beperkt aanbod, leiden doorgaans tot lagere aanvangsrendementen, wat wijst op een lager risicoprofiel. Omgekeerd kunnen lage vastgoedprijzen, vaak het resultaat van lage vraag of ruim aanbod, leiden tot hogere Bruto aanvangsrendementen, wat duidt op een hoger risicoprofiel.

2.1.3 BAR als Kapitalisatiefactor

Binnen de literatuur is het Bruto Aanvangsrendement ook wel het tegenovergesteld instrument van de zogeheten "Kapitalisatiefactor". In tegenstelling tot de berekening van BAR wordt bij de Kapitalisatiefactor het bedrag van de totale investering gedeeld door de jaarhuur. Hiermee wordt weergegeven hoe veel keer de jaarhuur wordt betaald bij de aankoop van een vastgoedobject. Door 100 te delen door de kapitalisatiefactor kan het Bruto Aanvangsrendement worden berekend. Hieronder zowel een berekening van de kapitalisatiefactor, alsmede een berekening van het Bruto Aanvangsrendement door gebruik te maken van de kapitalisatiefactor:

Kapitalisatiefactor (K) = Totale investering / Jaarhuur

- Jaarhuur: € 100.000,--
- Totale investering: € 1.000.000,--

$$K = \frac{€ 1.000.000,--}{€ 100.000,--} = 10$$

$$\text{Kapitalisatiefactor} = 10$$

2.1.3 Risico werken met BAR

Bij het gebruik van de berekening van BAR zitten ook een aantal risico's gebonden. Het geeft namelijk enkel een eerste inzicht in de investering en hierdoor ontstaat er geen concreet beeld wat gecreëerd kan worden gedurende de exploitatieperiode. Uiteraard zijn er wel andere alternatieven methodieken indien partijen dieper in willen gaan op de rendement ontwikkelingen gedurende de exploitatieperiode. Voorbeelden van deze methodieken zijn onder andere de NAR, ook wel Netto Aanvangsrendement of de DCF-methode, Discounted Cashflow Methode.

2.2 Bestaande literatuur supermarktvastgoed

De afgelopen jaren hebben zich in de literatuur steeds meer onderzoeken gericht op de nichemarkt "Supermarktvastgoed" binnen de retail sector. Eén van die studies onderzocht de "Determinanten die de locatiekwaliteit bepalen van stadssupermarkten" (Swaanen, 2020). Door middel van verschillende hypothesen werd gekeken naar de waarde van stadslocaties voor supermarkten in combinatie met bijbehorende factoren die impact hebben op de totaal waarde van een supermarktvastgoedlocatie.

In het onderzoek kwam naar voren dat de kwaliteit en prestaties van stadssupermarkten sterk afhankelijk zijn van bepaalde factoren. Er zijn twee belangrijke clusters van kenmerken van het marktgebied geïdentificeerd die significant zijn en een vergelijkbare impact hebben op de algehele score van stadssupermarkten. Hoewel deze factoren moeilijk te isoleren zijn vanwege de onderlinge correlaties, toonde de analyse die is uitgevoerd in het onderzoek aan dat het aantal inwoners in het primaire marktgebied en de bestedingen aan "food & beverage" de belangrijkste variabelen zijn die het succes van stadssupermarkten in het marktgebied bepalen.

Daarnaast maakte het onderzoek onderscheid tussen grote, 400m² WVO – 800m² WVO en kleine, tot 400m² stadssupermarkten met een hoog eindcijfer, waarbij de grote stadssupermarkten vooral gericht zijn op buurt- en wijkfuncties, terwijl de kleinere winkels zich meer richten op gemak en convenience. Interessant is dat de doelgroep segmentatie op zichzelf geen significante variabele bleek te zijn bij het bepalen van de kwaliteit van stadssupermarkten. Dit komt doordat supermarkten hun eigen doelgroepen en formuleconcepten hebben.

Locatiekenmerken spelen wel een cruciale rol, met het aantal kassa's, zichtbaarheid en ligging ten opzichte van publiekstrekkers als de belangrijkste locatievariabelen. Daarnaast bleek de concurrentie in de omgeving van invloed te zijn op het functioneren van stadssupermarkten, waarbij minder concurrentie leidde tot betere prestaties. Dit heeft indirect invloed op de yield ontwikkeling van het vastgoed. De variabele locatiekenmerken blijkt een significante variabele te zijn, die direct invloed heeft op de waarde van het vastgoed.

Tot slot wordt duidelijk beschreven dat stadssupermarkten maatwerk zijn en dat de keuze van variabelen afhankelijk is van de formule, doelgroep en strategische overwegingen van de supermarktorganisatie. Merkherkenning en strategische overwegingen spelen een belangrijke rol bij locatiebeslissingen.

Niet alleen bovengenoemde variabelen bepalen de waarde van supermarktvastgoed. In de in 2019 ontstane academische literatuur is een onderzoek geschreven die zich micro focust op de totstandkoming van het Bruto Aanvangsrendement ontwikkeling van supermarkt vastgoed en welke "Determinanten die het BAR bepalen" (Veld, 2019). Dit onderzoek analyseerde factoren die van invloed zijn op het bruto aanvangsrendement (BAR) van supermarktvastgoed. Er werd onderscheid gemaakt tussen macro-economische, meso- en microfactoren.

Bij de macro-economische factoren bleek dat alleen de rente op Nederlandse tienjaarsstaatsobligaties een significante (negatieve) correlatie heeft met het BAR. Dit resultaat contrasteerde met eerdere onderzoeken en suggereerde dat, ondanks dalende rentetarieven, beleggers mogelijk hogere rendementseisen stellen aan supermarktbeleggingen.

In de analyse van meso-factoren werden drie van de veertien onderzochte determinanten als significant geïdentificeerd. Het percentage supermarkten had een negatieve correlatie met het BAR, wat impliceerde dat beleggers supermarktvastgoed als minder risicovol beschouwen dan winkelcentra waarin supermarkten zijn gevestigd. Verspreide bewinkeling had een positieve correlatie met het BAR, wat suggereerde dat locaties met een geconcentreerde winkelomgeving als veiliger werden beschouwd. Ten slotte was er een negatieve correlatie tussen het aantal inwoners per supermarkt in een bepaalde plaats en het BAR, wat aangaf dat een hogere mate van concurrentie leidde tot een lagere BAR.

Bij de microfactoren bleek dat twee van de dertien onderzochte determinanten significant waren. Het feit of een supermarkt behoorde tot de drie grootste supermarktketens en het aantal kassa's hadden respectievelijk een positieve en negatieve correlatie met de uiteindelijke BAR. Deze resultaten waren niet altijd in lijn met verwachtingen en hadden betrekking op hoe beleggers supermarktbeleggingen beoordelen.

Al met al laat dit onderzoek zien dat het BAR van supermarktvastgoed wordt beïnvloed door een reeks macro-, meso- en microfactoren, waarbij sommige factoren in tegenspraak zijn met traditionele verwachtingen en eerdere onderzoeksbevindingen.

Ook is er in de bestaande literatuur onderzoek gedaan naar de determinanten die niet specifiek de rendementen van supermarkt vastgoed bepalen, maar de determinanten die de risico opslag bepalen voor de rendementen van winkelbeleggingen (Hilligeherken, 2023). Bij het uitgevoerde onderzoek is een literatuurstudie gedaan om meest bepalende factoren te identificeren die de risico-opslag in de rendementen van winkel vastgoedbeleggingen bepalen. Nadat deze factoren waren vastgesteld, werden een aantal praktijk gerelateerde factoren onderzocht. Al deze geïdentificeerde factoren werden geanalyseerd en samengevoegd. Deze factoren werden geanalyseerd met statistische methoden, zoals de Spearman rangorde correlatie coëfficiënttest en een lineaire regressie. Het onderzoek concludeerde dat specifieke factoren zoals de aanwezigheid van een supermarkt, aanwezigheid van dagelijkse bezoekers, invloed van het EPA-label, wel of niet aanwezig zijn van gratis parkeren en voorzieningen een significante invloed hebben op de risico-opslag in winkelbeleggingsrendementen. Branchering bleek minder invloedrijk te zijn op het rendement.

Het samenvoegen van de bevindingen uit de drie uitgevoerde analyses wijst uit dat de volgende factoren significant bijdragen aan de risico-opslag in de rendementen van winkelbeleggingen:

Determinant:	Omschrijving:
Segmentatie:	Indeling winkelcentra qua segment
Parkeren:	kwaliteit van de parkeergelegenheid
Supermarkt:	Aanwezigheid van 1 of meer supermarkten
Trekker:	Dit zijn winkels die veel bezoekers trekken voor een convenience winkelcentrum is dit 1 of meer supermarkten en voor een comparison winkelcentra 1 of meer (intern)nationale modetrekkers
Concurrentie:	Liggen er maximaal 2 concurrerende centra uit hetzelfde segment in het verzorgingsgebied. Als er meer dan 2 concurrerende centra liggen wordt dit als negatief ervaren.
Dagelijks:	aanwezige brachering in % dagelijks
Epa Label:	certificaat Epa label
Voorzieningen:	Aanwezigheid van voorzieningen in de directe omgeving. Het gaat hierbij om voorzieningen die passanten aantrekken en een positieve invloed kunnen hebben op het functioneren van het winkelcentrum

tabel 1. Risico-bepalende determinanten (Hilligeherken, 2023)

Bovengenoemde determinanten zouden in een eventuele beleggingsprofiel meer gewicht moeten krijgen dan anderen determinanten. Wanneer deze factoren positief scoren, resulteert dit in een verminderde risico-opslag in de rendementen van winkelvastgoed beleggingen. Door alle factoren te wegen op basis van hun verklarende kracht, kan de risico opslag worden berekend. Deze risico-opslag kan vervolgens worden toegevoegd aan de risicovrije opslag, waardoor de disconteringsvoet kan worden vastgesteld.

Conclusie

De ontwikkeling van Bruto Aanvangsrendementen (BAR) in de supermarktsector over de laatste vijf jaar weerspiegelt een dynamische interactie tussen macro-economische trends, marktspecifieke factoren en object-specifieke kenmerken. Dalende rente op staatsobligaties, een indicator van macro-economische invloeden, heeft niet geleid tot uniform lagere BAR's, wat suggereert dat beleggers hogere rendementseisen stellen aan supermarktinvesteringen, mogelijk als compensatie voor waargenomen risico's. De significantie van locatie-specifieke factoren zoals de impact van concurrentie en de aanwezigheid van grootwinkelbedrijven onderstreept de meso- en micro-economische invloeden op BAR. Dit benadrukt een verschuiving naar een meer gedifferentieerde beoordeling van supermarktvastgoed, waarbij de waarde en het risicoprofiel van investeringen steeds meer worden bepaald door de unieke kenmerken van individuele locaties en hun vermogen om te concurreren en aan te sluiten bij consumentenvoorkeuren. Het resultaat is een complex beeld van BAR-ontwikkeling, gedreven door een samenspel van factoren die variëren van de algemene economische context tot specifieke eigenschappen van de vastgoedobjecten zelf.

2.2 Hoe ziet het supermarktlandschap eruit?

2.2.1 Kenmerken van een supermarkt

De supermarkt wordt binnen de literatuur ook wel omschreven als “zelfbedieningszaak met een grote verscheidenheid aan levensmiddelen”. Daarnaast worden supermarkten binnen het CBS geregistreerd op het moment dat ze aan de volgende kenmerken voldoen:

- Genot en voedingsmiddelen hebben voor de winkel gezamenlijk een omzetaandeel van 50% of meer;
- Geen van de hiervoor genoemde (sub)klasse binnen deze groep neemt een omzetaandeel in beslag van 50% of meer;
- Genot en voedingsmiddelen behoren tot minimaal 5 of meer (sub)klasse van deze groep en daar weer minimaal vijf van zorgen voor minimaal vijf procent van de omzet.

Naast het bezoeken van de supermarkt voor de aankoop van levensmiddelen, zorgt het grote beschikbare assortiment dat zij zich onderscheid ten opzichte van andere winkels die zich focussen op bepaalde producten. Supermarkten onderscheiden zich in kenmerken ten opzichte van andere soorten winkels zoals de Non-food industrie, hierdoor onderscheiden beslissingsfactoren van consumenten om uiteindelijk een bepaalde supermarktwinkel te bezoeken zich ook ten opzichte van beslissingsfactoren die komen kijken wanneer een consument een non-food winkel wenst te bezoeken. De keuze voor het winkelen bij een bepaalde supermarkt wordt door de consument bepaald op basis van een aantal factoren, onderstaand in volgorde van meest relevant tot minst relevant (Annexum, 2021) :

- Nabijheid
- Prijs
- Ruime winkel
- Goede parkeervoorzieningen
- Formule
- Service

Het CBS (CBS, 2021) toont in haar rapport aan dat de Nederlandse consument gemiddeld 900 meter van de supermarkt af wonen, waarbij het gaat om een supermarkt met een minimale grote van 150 m². Dit betreft regionaal, uiteraard zijn in dunbevolkte gebieden de afstanden aanzienlijk groter. Binnen de grote stedelijke gebieden is de afstand aanzienlijk kleiner.

2.2.2 Trends supermarktlandschap

Een supermarkt kenmerkt zich doorgaans als ruime zelfbedieningswinkel waar de consument terecht kan voor zowel food als non-food producten. De supermarktketens richten zich voornamelijk op het voorzien in producten voor algemene levensbehoefte en een steeds groter aandeel in versproducten en non foodartikelen (Bawa, 1999).

De supermarkt schetst het beeld voor de Nederlandse winkellandschap (Annexum, 2019). Supermarkten kenmerken zich als concurrerende bedrijven waar er voortdurend hoge druk wordt uitgeoefend op de lage marges. Door de voortdurende druk op de marges en de toename in

schaalvergroting komt er steeds meer druk te staan op de kleine supermarktondernemer en het aantal supermarkten. Supermarktketens proberen elkaar te verslaan door steeds meer marktaandeel te winnen. Ketens nemen formules over om zo vestigingspunten aan hun portefeuille toe te voegen. Consolideren is een van de manieren om als supermarktketen in een hoog tempo te groeien (Deloitte Branchegroep Retail, 2020). Echter zorgt dit niet voor een toename in aanbod van supermarkten, dit komt tot stand uit expansie en verwerven van nieuwe locaties. Partijen kijken tegenwoordig kritischer naar de verhouding tussen de omzetprognoses en de jaarhuren. Indien de cijfers tegenvallen, zijn partijen tegenwoordig sneller bereid om locaties te sluiten, echter levert dit nog steeds een jaarlijkse groei in supermarktlocaties op.

In 2019 telde Nederland volgens (Locatus, sd) bijna 4.800 supermarkten, dit aantal is ten opzichte van vijftien jaar geleden met ruim 10% toegenomen, naast de toename in het aantal, is ook het aantal vierkante meters aan supermarkten toegenomen. Een van de verklarende factoren kan zijn dat het aantal inwoners de afgelopen vijftien jaar ook fors is toegenomen.

Een van de oorzaken van de toename in het aantal vierkante meters is de schaalvergroting van de winkels. In 2005 waren de supermarkt winkels circa 768 m² en in 2019 was dat circa 950 m². Daarnaast zijn er ook een grote hoeveelheid winkels bijgekomen en dan voornamelijk in de stedelijke en Randstedelijke gebieden. Ook neemt het aantal kleinere supermarkten toe, die speciaal zijn ingericht als Cityconcept (Colliers, 2024).

De in de vorige alinea's genoemde toename in zowel locaties als vierkante meters spreekt de verwachtingen van de supermarktontwikkelingen tegen. Door de toename in het doen van online boodschappen doen, werd verwacht dat dit zou resulteren in een afname van supermarktlocaties en een afname in vierkante meters van de supermarktlocaties. Maar zoals blijkt uit de cijfers van Locatus is dit niet het geval en nemen de aantallen alleen maar toe. De verwachting is wel dat het online winkelen een steeds groter aandeel in beslag gaat nemen. Maar naast het online winkelen, innoveren fysieke winkels ook steeds meer, er wordt voortdurend geïnvesteerd in het zo makkelijker en sneller mogelijk maken van het doen van boodschappen in de fysieke winkel.

2.2.3 Supermarkt als winkelvastgoed

Supermarkt vastgoed is onderdeel van een grotere algemenere vastgoedsector, "winkelvastgoed". De definitie van winkelvastgoed wordt in het boek van de heer Van Gool et. Al, 2007 gedefinieerd als: *"het gedeelte van de markt voor commercieel onroerend goed waarop verhandeling plaatsvindt van panden met een detailhandelsfunctie en van de detailhandel daarin. Tot de detailhandel behoren alle consumentenverzorgende bedrijven die rechtstreeks al dan niet in eigen bedrijf vervaardigde goederen verkopen aan particulieren"* (Doornbos, 2016)

Binnen deze markt bestaan er een aantal deelmarkten. Een van die deelmarkten betreft "supermarkt vastgoed".

De huidige retailmarkt gaat de afgelopen jaren minder goed dan vroeger. Het consumentengedrag veranderd en daarnaast heeft men te maken met de opkomst van online winkelen. De veranderingen hebben vanaf de crisis in 2007 zichtbaar impact gehad op de retailmarkt. De consument gaat minder vaak naar de fysieke winkels en koopt steeds vaker online producten. Dit

gebeurd niet alleen in de textielindustrie, maar ook op het gebied van supermarktaankopen. Toch is er een duidelijk verschil tussen regulier “winkelvastgoed” en “supermarktvastgoed”.

De supermarktvastgoed industrie is een andere wereld en kenmerkt zich door een gesloten industrie, waar heel weinig informatie beschikbaar is over het vastgoed. Dit valt te verklaren door een aantal factoren. Zo is winkelvastgoed vaak in handen van de winkelketen zelf, of is het vastgoed in het bezit van private beleggers of fondsen die zich volledig richten op het investeren in supermarktvastgoed (CBRE, 2018).

Supermarktvastgoed kenmerkt zich als een nichemarkt waarin schaarste aan supermarktbestemmingen voor locaties een van de belangrijkste factoren is. Iedere gemeente creëert haar eigen bestemmingsplannen. Elke locatie krijgt bepaalde bestemmingen toegewezen, supermarktbestemmingen worden op specifieke locaties toegewezen, wat zorgt voor een schaarste in mogelijke supermarktlocaties. Dat resulteert in locaties die erg gewild zijn voor de supermarktondernemer (Colliers, 2020).

Om als supermarktondernemer toch aanspraak te kunnen maken op de schaarse hoeveelheid supermarkten, zijn supermarktondernemers bereid om hogere huurprijzen te betalen. Hierdoor ontstaat concurrentiestrijd tussen de grote supermarktketens, die met man en macht proberen de locatie binnen te halen. Dit resulteert onder andere in het betalen van sleutelgelden, hogere huren en lange termijn overeenkomsten. De hoogte hiervan hangt wel af van de locatie. De locatie van supermarktvastgoed is van cruciaal belang voor het behalen van bepaalde omzetten.

Conclusie

Supermarktlocaties onderscheiden zich door hun directe toegankelijkheid, diversiteit aan levensmiddelen en de nabijheid tot consumenten, waarbij de gemiddelde Nederlander op slechts 900 meter van een supermarkt woont. De aantrekkelijkheid van een supermarkt wordt beïnvloed door factoren zoals nabijheid, prijsniveau, winkelgrootte, parkeervoorzieningen, het winkelformule en de aangeboden service. Dit maakt supermarkten essentiële componenten binnen de detailhandel, met een unieke positie ten opzichte van non-food winkels.

De huidige vastgoedmarkt van supermarktlocaties is dynamisch en toont een gestage groei, ondanks de opkomst van online boodschappen doen. Het aantal supermarkten en de totale vierkante meters zijn toegenomen, aangedreven door bevolkingsgroei, schaalvergroting van winkels, en de ontwikkeling van nieuwe locaties, vooral in stedelijke en Randstedelijke gebieden.

Supermarktvastgoed onderscheidt zich als een stabiele subsector binnen de retailmarkt, gekenmerkt door zijn veerkracht en aanhoudende vraag, ongeacht de groeiende trend van online winkelen. De sector is competitief, met een nadruk op locatie en toegankelijkheid als sleutelfactoren voor succes.

In tegenstelling tot de algemene retailmarkt, die te lijden heeft onder veranderend consumentengedrag en de opkomst van e-commerce, blijft supermarktvastgoed aantrekkelijk voor beleggers en ondernemers vanwege de essentiële rol die supermarkten spelen in de dagelijkse behoeften van consumenten. Schaarste aan geschikte locaties en strikte bestemmingsplannen houden de concurrentie en huurprijzen hoog, waardoor supermarktvastgoed een nichemarkt blijft met specifieke uitdagingen en kansen.

2.3 Maatschappelijke en economische ontwikkeling supermarktlandschap

2.3.1. Maatschappelijke ontwikkelingen

Binnen Nederland doen de consumenten minimaal één keer per week boodschappen in de fysieke supermarkt of online bij een supermarkt. Het gemiddelde van een bezoek aan de supermarkt ligt op 2 a 3 keer per week, wat overigens significant lager ligt dan 10 jaar geleden. Het overgrote deel van de bezoekers gaat naar de fysieke supermarkt bij het doen van boodschappen, dit betreft 83%, ook dit percentage is afgenomen, de overige 15% doet zowel boodschappen bij de fysieke winkel, alsmede online boodschappen. Het aantal mensen dat zowel fysiek als online winkelt is flink toegenomen. Van 10% in 2018 naar 15% in 2020. En tot slot is het aantal respondenten dat uitsluitend online winkelt toegenomen van 1% naar 3% (Deloitte Branchegroep Retail, 2020).

Onder de ondervraagde respondenten, blijkt dat twee vijfde van de consument boodschappen doen ervaart als leuke ervaring. Ruimt een tiende ervaart dit als niet leuk. Het doen van boodschappen in de online omgeving bij webwinkels wordt door 24% ervaren als leuk, het doen van boodschappen in de fysieke winkel vindt 41 % van de ondervraagde consumenten leuk. Het percentage van de consumenten die het het doen van boodschappen in de fysieke winkel als niet leuk ervaren is ten opzichte van de voorgaande jaren toegenomen.

Zelfscannen is een methode van afrekenen die de afgelopen jaren steeds meer is toegenomen, zo blijkt ook uit het consumenten onderzoek wat is uitgevoerd door Deloitte (Deloitte Branchegroep Retail, 2020) . Uit het onderzoek blijkt dat de drie kwart van de ondervraagde consumenten hun supermarkten zelfscannen aanbieden, dit is een significant verschil ten opzichte van 2018, waarbij nog maar 60% zelfscannen aanbod. Daarnaast blijkt dat er ook een significante toename in het gebruik van zelfscannen door de consumenten zichtbaar is. Zo maakt momenteel 72% van ondervraagde consumenten gebruik van het zelfscannen, dit was in 2018 nog maar twee derde van de ondervraagde.

Ook is er inzichtelijk gemaakt hoe het online supermarkt winkelen er momenteel voor staat. Op dit moment blijkt dat 18 % van de ondervraagde consumenten wel is online boodschappen heeft gedaan, een klein kwart van deze consumenten heeft dit als gevolg van corona gedaan (Deloitte Branchegroep Retail, 2020).

Een deel van de consumenten doet liever zelf boodschappen bij haar fysieke supermarkt, dit heeft voornamelijk te maken met het feit dat de supermarkt vaak dichtbij huis ligt, of dat de voorkeur uitgaat naar het fysiek winkelen, of dat ze liever minder betalen en tot slot vinden consumenten het fijn om de producten eerst te zien, alvorens ze over gaan tot koop. Een vijfde deel van de consumenten geeft aan in de toekomst gebruik te willen maken van het online boodschappen bestellen, zodra de supermarkt waar ze boodschappen doen dit aanbiedt. De consumenten geven ook aan bereid te zijn langer te willen reizen om haar online boodschappen af te halen, uit dit onderzoek blijkt dat de consument 8,9 minuten bereid is te reizen. Bij het zelf afhalen geeft de 75 % van de consument aan niet bereid te zijn meer te betalen en geeft de andere 25% aan wel bereid te zijn meer te betalen met een gemiddelde van € 2,77.--. Ten slotte geeft 66% van de consumenten aan dat bereid te zijn een gemiddelde van € 4,-- meer te betalen voor het laten thuis bezorgen van boodschappen, de overige 34% is niet bereid om meer te betalen.

Het is belangrijk dat de supermarkt voldoet aan de behoefte en kwaliteitsaspecten die voorzien in de behoefte van de consumenten. Eén van de belangrijkste aspecten die door consumenten wordt gezien waarop een supermarkt beoordeeld wordt is de prijs. Naast de prijs is het belangrijk dat de afstand van huis tot de winkel acceptabel is. Naast deze twee belangrijkste factoren kijken consumenten naar keuze mogelijkheden, de versheid van producten, of de artikelen niet snel zijn uitverkocht, of het personeel vriendelijk is, de kwaliteit van de huismerk producten en of parkeren gratis is.

De consumenten gaan op verschillende wijze naar de supermarkt. Zo gaat 22 % van de consumenten lopend, de andere 29 % gaat met de fiets of bromfiets en tot slot gaat 49 % met de auto, dit bij een gemiddelde afstand van 2,112 kilometer van huis tot aan de supermarkt. Gemiddeld doen de consumenten er zes minuten over om van thuis naar de supermarkt te komen. Uit de ondervraagde consumenten blijkt dat er bij alle locaties voldoende parkeerfaciliteiten beschikbaar is bij de primaire supermarkten. 72 % van de ondervraagde consumenten geeft aan dat het soort parkeergelegenheid voor hun een reden kan zijn om een supermarkt niet meer te bezoeken, de belangrijkste reden is dan onvoldoende capaciteit van parkeerplekken of indien de parkeerplaats te ver blijkt te liggen van de winkel.

2.3.2 Economische ontwikkelingen

De digitalisering heeft een significante invloed op het supermarktlandschap. De toename van online boodschappen doen, zoals eerder vermeld, wijst op een verschuiving in consumentengedrag die supermarkten dwingt hun bedrijfsmodellen aan te passen. De online levensmiddelenmarkt blijft gestaag groeien, een trend die versterkt is door de COVID-19 pandemie (Redman, 2020). Dit vereist investeringen in technologische infrastructuur, logistiek en digitale marketing om competitief te blijven. Bedrijven als Albert Heijn en Jumbo hebben hun online aanwezigheid aanzienlijk uitgebreid, wat wijst op een herstructurering van de sector waarbij e-commerce een centrale rol speelt (CBRE consultancy, 2023).

Veranderende Consumentenvoorkeuren

Consumentenvoorkeuren evolueren naar meer gepersonaliseerde en gezondheidsbewuste keuzes. Dit heeft geleid tot een toename in de vraag naar biologische producten, lokale voedingsmiddelen, en producten met een duidelijke herkomst en duurzaamheidslabel. Supermarkten spelen hierop in door het assortiment uit te breiden en te diversifiëren, wat resulteert in een complexere inkoop- en voorraadbeheerstrategie. Een artikel op Deloitte (2019) benadrukt hoe deze trend supermarkten dwingt tot meer flexibiliteit in het aanbod en tot samenwerkingen met lokale producenten om aan de vraag te voldoen (Renner, 2019).

Duurzaamheidstrend

Duurzaamheid heeft zich gevestigd als een cruciale factor in het consumentengedrag. Supermarkten integreren duurzaamheidspraktijken niet alleen in hun productaanbod maar ook in hun operationele processen. Van energie-efficiënte winkelontwerpen tot het verminderen van voedselverspilling en plastic verpakkingen, supermarkten nemen stappen om hun ecologische voetafdruk te verkleinen. Duurzaamheidsinitiatieven zijn niet alleen een antwoord op consumentenvraag maar ook een antwoord voor het bijdragen aan kostenbesparingen en efficiëntieverbeteringen op lange termijn (Jesse, 2022).

Economische Impact en Toekomstperspectieven

De economische impact van deze ontwikkelingen is veelzijdig. Enerzijds biedt de shift naar online en duurzame praktijken nieuwe kansen voor groei en differentiatie. Anderzijds brengt het significante investeringen met zich mee in technologie, training, en duurzaamheidsinitiatieven, wat de winstmarges onder druk kan zetten. Toekomstperspectieven voor de supermarktsector zijn positief, maar benadrukken de noodzaak voor flexibiliteit en innovatie. Een onderzoek voorspelt dat supermarkten die investeren in digitale transformatie, duurzaamheid, en het begrijpen van consumentenbehoeften het meest succesvol zullen zijn in het navigeren van de veranderende marktdynamiek (C. Gerckens, , 2021).

Conclusie

De economische en maatschappelijke ontwikkelingen die invloed hebben op de marktontwikkeling binnen de supermarktsector zijn divers en complex, vooral in de context van hoge rente en inflatie. Deze factoren, gecombineerd met de verschuiving naar online en duurzame praktijken, creëren zowel uitdagingen als kansen voor de sector.

Economische Ontwikkelingen

1. *Digitalisering en online groei*: De voortdurende digitalisering en de groei van online boodschappen doen, versterkt door de COVID-19 pandemie, dwingen supermarkten om te investeren in technologische infrastructuur en digitale marketing. Dit vereist significante investeringen, die de winstmarges onder druk kunnen zetten, vooral in een tijd van economische onzekerheid waar hoge rente en inflatie prevaleren.
2. *Inflatie*: Inflatie kan de koopkracht van consumenten verminderen, wat resulteert in veranderende consumentenvoorkeuren, zoals een toename in de vraag naar waarde producten of down trading. Dit kan supermarkten dwingen hun prijsstrategieën en productassortiment aan te passen om aan deze veranderende behoeften te voldoen.

Maatschappelijke Ontwikkelingen

1. *Consumentengedrag*: Veranderende consumentenvoorkeuren, zoals een toename in de vraag naar biologische producten, lokale voedingsmiddelen, en producten met een duidelijke herkomst en duurzaamheidslabel, vereisen dat supermarkten hun assortiment diversifiëren en samenwerkingen aangaan met lokale producenten.
2. *Duurzaamheidsbewustzijn*: De groeiende focus van consumenten op duurzaamheid heeft geleid tot de integratie van duurzaamheidspraktijken in zowel het productaanbod als de operationele processen van supermarkten, zoals energie-efficiënte winkelontwerpen en het verminderen van voedselverspilling en plastic verpakkingen.

Al met al, de supermarktsector staat voor aanzienlijke economische en maatschappelijke uitdagingen en kansen. Hoge rente en inflatie verhogen de economische druk op supermarkten door hogere kosten en mogelijk verminderde consumentenuitgaven. Tegelijkertijd dwingen maatschappelijke ontwikkelingen, zoals veranderende consumentenvoorkeuren en een groeiend duurzaamheidsbewustzijn, supermarkten om te investeren in innovatie en flexibiliteit in hun bedrijfsmodellen. Om succesvol te zijn in deze veranderende marktdynamiek, moeten supermarkten

zich richten op digitale transformatie, duurzaamheid en een diep begrip van consumentenbehoeften. Deze benaderingen bieden niet alleen mogelijkheden om te navigeren door economische en maatschappelijke uitdagingen, maar ook om te differentiëren en groeien in een competitieve markt

2.4 Post covid marktontwikkelingen supermarktvastgoed

Om de post-COVID marktontwikkelingen binnen het supermarktvastgoed uit te werken, kunnen we voortbouwen op de eerdere besproken trends en ontwikkelingen binnen de supermarktsector, met inbegrip van de verschuiving naar online boodschappen doen, duurzaamheidsinitiatieven, en de veranderende consumentenvoorkeuren. Deze ontwikkelingen hebben directe en indirecte invloed op het supermarktvastgoed.

Post-COVID marktontwikkelingen in supermarktvastgoed

Toename in online boodschappen doen: De pandemie heeft de groei van online boodschappen doen versneld, wat invloed heeft op de vraag naar fysiek supermarktvastgoed. Supermarkten kunnen mogelijk kleinere winkeloppervlakten nodig hebben als meer consumenten online winkelen. Echter, de noodzaak voor distributiecentra en 'dark stores' (winkels die alleen dienen als distributiecentrum voor online bestellingen) neemt toe om de online vraag te ondersteunen.

Duurzaamheid als drijfveer voor vastgoedontwikkelingen: Duurzaamheidsinitiatieven hebben een steeds grotere invloed op supermarktvastgoed. Supermarkten investeren in energie-efficiënte winkelontwerpen en -systemen om hun ecologische voetafdruk te verminderen. Dit kan leiden tot een hogere vraag naar gemoderniseerd en duurzaam vastgoed, wat op zijn beurt de vastgoedmarkt kan stimuleren om meer duurzame bouwpraktijken te adopteren.

Veranderende consumentenvoorkeuren en hun impact op vastgoedlocaties: De voorkeur van consumenten voor lokale en biologische producten kan de locatiekeuze van supermarkten beïnvloeden. Er kan meer vraag ontstaan naar supermarkten in woonwijken of dichtbij lokale producenten om te voorzien in de vraag naar verse en lokale producten. Dit kan invloed hebben op zowel de locatiestrategie van nieuwe winkels als op de herinrichting van bestaande winkels om een bredere en meer diverse productselectie te bieden.

Flexibiliteit en innovatie in supermarktvastgoed: De noodzaak voor flexibiliteit en innovatie, versterkt door de COVID-19 pandemie, kan leiden tot veranderingen in het ontwerp en de inrichting van supermarkten. Flexibele ruimtes die kunnen worden aangepast aan veranderende consumentenvoorkeuren of operationele behoeften, zoals ruimtes voor click-and-collect diensten, kunnen steeds belangrijker worden.

Economische druk en vastgoedstrategieën: Hoge rente en inflatie kunnen ook de vastgoedstrategieën van supermarkten beïnvloeden. Supermarkten kunnen op zoek gaan naar kostenefficiëntere vastgoedoplossingen of heronderhandelen over huurvoorwaarden om operationele kosten te beheersen in een economisch uitdagende omgeving.

Samenvattend, de post-COVID marktontwikkelingen binnen het supermarktvastgoed worden gekenmerkt door een complex samenspel van factoren, waaronder de groei van online boodschappen doen, de focus op duurzaamheid, veranderende consumentenvoorkeuren, en de economische context. Deze ontwikkelingen vereisen dat stakeholders in het supermarktvastgoed zich aanpassen en innoveren om succesvol te blijven in de veranderende markt.

2.5 Hoofdconclusie

De supermarktsector bevindt zich op een kruispunt van aanzienlijke economische en maatschappelijke veranderingen die de marktontwikkeling en het supermarktvastgoed sterk beïnvloeden. De digitalisering en de groei van online boodschappen doen, zeker na de COVID-19 pandemie, dwingen supermarkten om te investeren in technologische infrastructuur en digitale marketing, terwijl ze tegelijkertijd geconfronteerd worden met economische druk door hoge rente en inflatie (Deloitte Branchegroep Retail, 2020). Deze ontwikkelingen hebben niet alleen invloed op de prijsstrategieën, maar ook op de waardeontwikkeling, locatiekeuze en rendement van supermarktvastgoed.

Daarnaast hebben maatschappelijke trends zoals de toenemende vraag naar biologische producten, lokale voedingsmiddelen en duurzaamheidsinitiatieven een directe impact op het assortiment en de inkoopstrategieën van supermarkten (Renner, 2019). Deze trends bieden kansen voor supermarkten om zich te onderscheiden en een loyale klantenbasis op te bouwen, maar vragen ook om significante aanpassingen en investeringen.

De economische druk en de noodzaak tot investeringen in digitalisering en duurzaamheid brengen uitdagingen met zich mee die de winstmarges van supermarkten onder druk kunnen zetten. Tegelijkertijd tonen yield-ontwikkelingen aan dat supermarktvastgoed zich onderscheidt door zijn relatieve stabiliteit en veerkracht als investeringscategorie, zelfs in tijden van economische onzekerheid.

Het komende onderzoek zal verder ingaan op deze dynamiek. In het hoofdstuk over beschrijvende statistiek zal kritisch worden gekeken naar de yield-ontwikkeling van supermarktvastgoed in relatie tot andere vastgoedsectoren, ondersteund door grafieken die de invloed van rentestanden analyseren. Daarnaast zullen de interviewresultaten van vijf expertinterviews worden gepresenteerd, die dieper ingaan op de visie van marktexperts op de ontwikkeling van het Bruto Aanvangsrendement met betrekking tot supermarktlocaties.

Deze analyses zullen inzicht bieden in hoe supermarkten succesvol kunnen navigeren in deze uitdagende omgeving door strategische aanpassingen en investeringen in technologie en duurzaamheid. De bevindingen zullen ook licht werpen op de noodzaak van een diep begrip van consumentengedrag en -voorkeuren, wat cruciaal is voor het vormgeven van een toekomstbestendig bedrijfsmodel.

Supermarkten die in staat zijn om deze factoren te integreren in een flexibel en effectief bedrijfsmodel, zullen het beste gepositioneerd zijn om te profiteren van de kansen en uitdagingen van de huidige markt. Dit onderzoek zal waardevolle richtlijnen en best practices bieden om deze integratie te ondersteunen en bij te dragen aan de duurzame groei van de sector.

Tot slot: Onderstaand tabel 2 laat een overzicht zien van de determinanten die invloed hebben op de supermarktwaarde zoals benoemd in de verschillende onderzoeken die zijn aangehaald:

Determinant/Variabele	Gemeten effect op Supermarktwaarde	Bron
Financieringskosten	Bepalen hoogte van de rendementseis	(Peter van Gool, 2013)
Vergelijkbare aanvangsrendementen in de markt	Bepalen hoogte van de rendementseis	(Peter van Gool, 2013)
Rendementseis bestaande vastgoedportefeuille	Bepalen hoogte van de rendementseis	(Peter van Gool, 2013)
Risico-opslag	Verhoogt de rendementseis bovenop risicovrij rendement	(Peter van Gool, 2013)
Locatiekenmerken	Belangrijke invloed op waarde	(Swaanen, 2020)
Aantal inwoners in primair marktgebied	Positieve correlatie met succes van supermarkt	(Swaanen, 2020)
Bestedingen aan "food & beverage"	Positieve correlatie met succes van supermarkt	(Swaanen, 2020)
Concurrentie in de omgeving	Minder concurrentie = Betere prestaties	(Swaanen, 2020)
Segmentatie naar buurt- en wijkfunctie	Niet significante variabele	(Swaanen, 2020)
Rente op Nederlandse tienjaars-staatsobligaties	Negatieve correlatie met BAR	(Veld, 2019)
Percentage supermarkten in winkelcentrum	Negatieve correlatie met het Bruto aanvangsrendement	(Veld, 2019)
Verspreide bewinkeling	Positieve correlatie met het Bruto aanvangsrendement	(Veld, 2019)
Aantal inwoners per supermarkt	Negatieve/positieve correlatie Bruto aanvangsrendement	(Veld, 2019)
Supermarktketens (top 3)	Positieve correlatie met BAR	(Veld, 2019)

Aantal kassa's	Negatieve correlatie met BAR	(Veld, 2019)
Aanwezigheid van dagelijkse bezoekers	Positieve invloed op risico-opslag	(Hilligehekken, 2023)
Invloed van het EPA-label	Positieve invloed op risico-opslag	(Hilligehekken, 2023)
Gratis parkeren	Positieve invloed op risico-opslag	(Hilligehekken, 2023)
Voorzieningen	Positieve invloed op risico-opslag	(Hilligehekken, 2023)
Inflatie	Vermindert koopkracht, leidt tot veranderende voorkeuren	(Deloitte Branchegroep Retail, 2020)
Duurzaamheidsbewustzijn	Groei in duurzame praktijken en producten	(Jesse, 2022)
Digitalisering en online groei	Dwingt tot investeringen in technologische infrastructuur	(CBRE consultancy, 2023)
Veranderende consumentenvoorkeuren	Toename in vraag naar biologische en lokale producten	(Renner, 2019)

Tabel 2. Determinanten die invloed hebben op de supermarktwaarde

3. Analyse Yield-ontwikkelingen & Externe invloeden

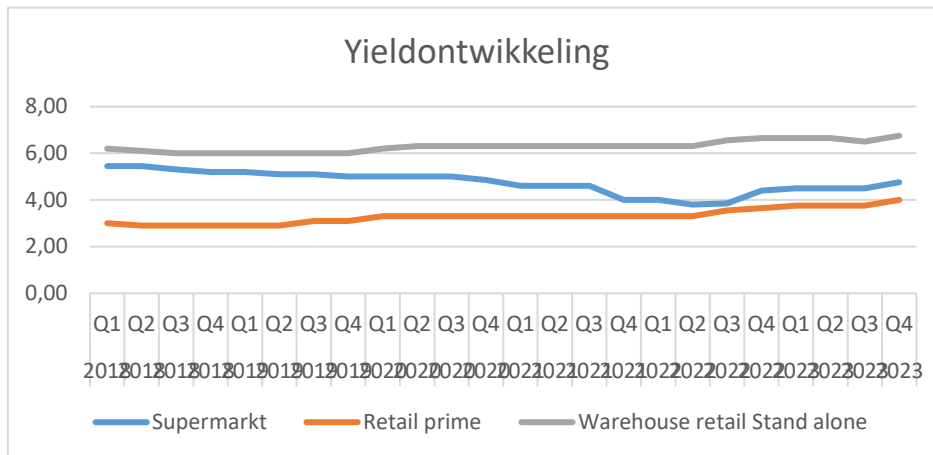
In dit hoofdstuk leggen we de focus op de beschrijvende statistiek, waarbij kritisch gekeken wordt naar de yield-ontwikkeling van supermarktvastgoed in relatie tot een aantal specifieke vastgoedsectoren. We onderscheiden in dit hoofdstuk drie verschillende grafieken, op basis van verschillende vastgoedsectoren en hoogte van de rentestanden.

Daarnaast kijken we naar het functioneren tussen supermarktvastgoed enerzijds en residentieel en kantoorvastgoed anderzijds. Deze grafiek weergeeft het functioneren van twee specifieke prime sectoren, waarbij een helder beeld gecreëerd wordt van de prestaties van supermarktvastgoed ten opzichte van twee compleet andere sectoren.

Om daarnaast een concreet beeld te creëren hoe de sectoren functioneren, wordt er ook gekeken naar de marktomstandigheden op het gebied van externe factoren. De Yield ontwikkeling van de diverse sectoren kunnen door verschillende factoren worden beïnvloed. Een van die factoren is de ontwikkeling van de rentestanden en de conjunctuurgevoeligheid van de verschillende sectoren. In dit hoofdstuk wordt er ook gekeken naar hoe de diverse markten reageren bij een periode waar een pandemie aanwezig is en hoe het reageert op verandering in de hoogte van de rentestanden. Dit werpt een kritische blik op hoe financiële instrumenten de prestaties van supermarktvastgoed en de diverse sectoren beïnvloeden.

In dit hoofdstuk is gebruik gemaakt van concrete vastgoeddata en datasets afkomstig van wereldwijd grootste vastgoed consultancy kantoor CBRE, een vooraanstaand bedrijf met beperkte concurrentie in het verwerven van cruciale informatie over de vastgoedmarkt. De dataset, samengesteld door CBRE, omvat essentiële gegevens, waaronder de yield reeksen van diverse vastgoedsectoren en de actuele rentestanden. Het is belangrijk op te merken dat de vastgoedmarkt, van nature in-transparant is en slechts door enkele bedrijven zoals CBRE wordt verhelderd, waarmee deze datasets een unieke bron van informatie vormt. Door gebruik te maken van deze gedegen dataset, wordt getracht een duidelijke beeld te creëren van de yield ontwikkelingen binnen de verschillende vastgoedsectoren en de reactie van de diverse vastgoedsectoren op schommelingen in de rentestanden. De exclusieve toegang tot deze gegevens verschaft de mogelijkheid een nauwkeurig beeld te schetsen van de dynamiek binnen de complexe wereld van vastgoed.

3.1 Yield ontwikkeling



Grafiek 1: Yieldontwikkeling supermarktvastgoed ten opzichte van "Retail prime" en "Warehouse retail stand alone" (CBRE, 2018-2023).

De eerste grafiek weergeeft de yield- ontwikkeling van supermarktvastgoed in vergelijking met zowel de specifieke "Retail Prime" alsmede die van "Warehouse Retail Stand Alone". Dit biedt een gedetailleerd inzicht in hoe supermarktvastgoed zich positioneert ten opzichte van deze specifieke sectoren van de vastgoedmarkt. In deze analyse richten we ons op de yield reeksen van drie specifieke vastgoedsectoren, zoals weergegeven in de bovenstaande grafiek. Een intrigerend aspect van deze analyse is de speciale focus op supermarktvastgoed, een niche binnen het retail vastgoed die hier expliciet wordt onderscheiden van de "retail prime" en "Warehouse retail stand alone" yield curve.

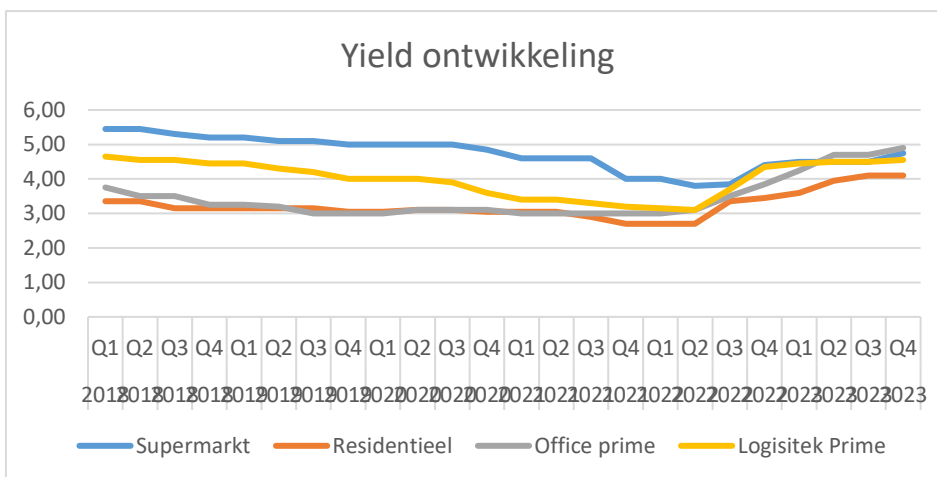
Gedurende de jaren 2018 tot en met 2023 is een zichtbare trend waargenomen in de yield ontwikkeling van twee vergelijkbare, maar toch ook deels verschillende vastgoedsectoren: 'Retail Prime' en 'Warehouse Retail Stand Alone'. Aan het begin van deze periode in 2018 noteerde 'Retail Prime' een yield van 3%, maar gedurende de daaropvolgende vijf jaar vertoonde deze een gestage stijging, resulterend in een opmerkelijke toename van 100 basispunten tot 4% in 2023, binnen een relatief korte periode van circa 6 kwartalen steeg de yield ontwikkeling met 80 basispunten. Een uitzonderlijke toename ten opzichte van de jaren ervoor. De trend kenmerkte zich door een periodieke lichte stijgingen, gevolgd door stabilisatie. Het tweede kwartaal van 2022 zorgde voor een abrupt einde van de relatief stabiele yield hoogte, aangezien hier een versnelde stijging wordt waargenomen, wat resulteert in de eerste overschrijding van de 4% in 2023.

De yield curve van 'Warehouse Retail Stand Alone' vertoont een parallele trend aan die van 'Retail Prime', echter bevindt het yield niveau van "Retail Prime" zich wel op een hoger yield niveau. In 2018 bevond het yield niveau van "Warehouse Retail Stand Alone" zich op 6%, wat gedurende de periode tussen 2018 en 2023 geleidelijk steeg naar 6,75%, een toename van 75 basispunten over de vijfjaars periode. Ook hier was de sterkste stijging zichtbaar tussen het tweede kwartaal van 2022 tot en met het vierde kwartaal van 2023. Intrigerend is dat de spread tussen de yields van 'Retail Prime' en 'Warehouse Retail Stand Alone' nagenoeg constant blijft over deze jaren. Dit duidt op een

consistente relatieve positie tussen deze twee sectoren en duidt op een gelijke correlatie als het gaat om invloed van externe factoren op de yield ontwikkeling.

In contrast met de opwaartse trend van 'Retail Prime' en 'Warehouse Retail Stand Alone', vertoont de yield ontwikkeling van supermarktvastgoed een opmerkelijke dalende yield curve. In 2018 bedroeg het gemiddelde rendement voor 'Supermarkt Prime' 5,45%, maar dit daalde tot een historisch laag yield niveau van 3,8% in het tweede kwartaal van 2022. Deze yield daling wordt echter gevolgd door een opwaartse beweging als eventueel gevolg van externe factoren, welke mogelijk ook van invloed zijn geweest op de yield ontwikkeling van de bovengenoemde sectoren. Het huidige yield niveau van supermarktvastgoed ligt op 4,75%. Deze specifieke yield ontwikkeling benadrukt de unieke ontwikkeling van supermarktvastgoed ten opzichte van de diverse sectoren uit de vastgoedmarkt.

Deze gedetailleerde analyse biedt niet alleen inzicht in de specifieke yield trends binnen verschillende vastgoedsectoren als gevolg van onder andere externe factoren, maar geeft ook een contextueel begrip van de dynamiek en de onderlinge verhoudingen binnen de complexe vastgoedmarkt. Het onderscheiden van supermarktvastgoed als een aparte sector binnen retail vastgoed voegt een gedetailleerde beeld en inzicht van de sectoren binnen sectoren en sectoren ten opzichte van andere sectoren.



Grafiek 2. Yieldontwikkeling supermarktvastgoed ten opzichte van "Retail prime" en "Warehouse retail stand alone" (CBRE, 2018-2023).

In deze beschrijvende analyse wordt een gedetailleerd beeld geschetst op de yield curven van vier uiteenlopende vastgoedsectoren, waarbij de prestaties van supermarktvastgoed zorgvuldig worden vergeleken met drie compleet verschillende vastgoedsectoren. Supermarkt vastgoed, Residentieel vastgoed, kantoor vastgoed en logistiek vastgoed. Voor alle vier de sectoren is een analyse uitgevoerd op de yield curve ontwikkeling van de "Prime" yield. Waarbij uitsluitend wordt gekeken naar de yield ontwikkeling op de duurste, beste en meest prominente locaties.

Residentieel vastgoed vertoont een opmerkelijke ontwikkeling tussen 2018 en het tweede kwartaal van 2022. De prime yield begon in 2018 op 3,35%, maar maakte een daling door tot een historisch lage prime yield van 2,7% in het tweede kwartaal van 2022. Na een periode waarin historisch lage

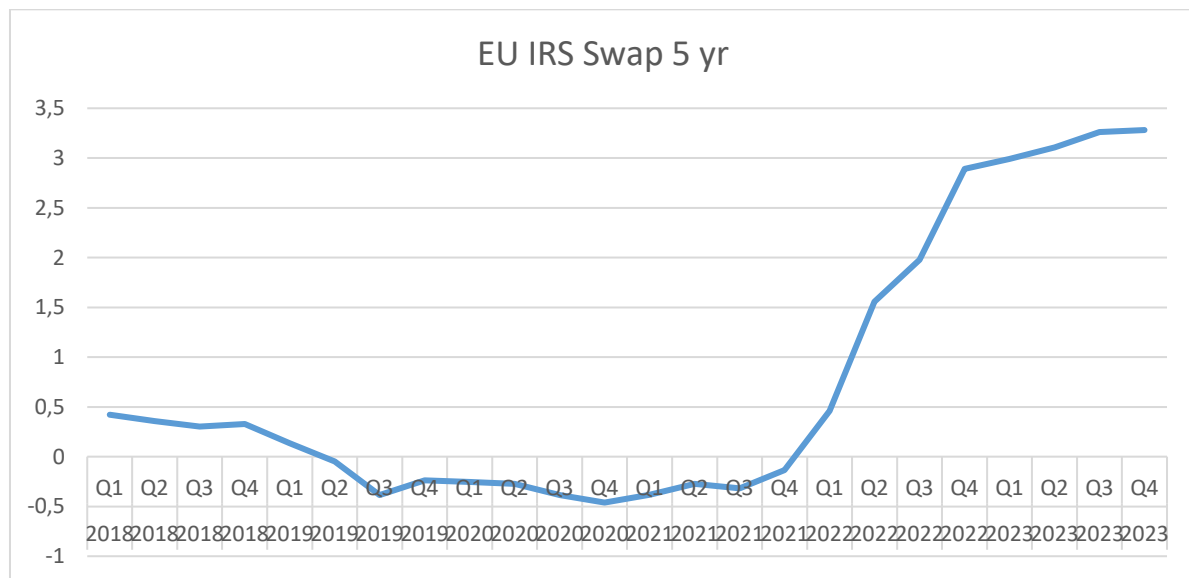
yields werden betaald voor prime vastgoed, werd dit opgevolgd door een periode met exceptionele stijgingen van de yield in een relatief korte periode. In een periode van circa zes kwartalen steeg de prime yield voor residentieel vastgoed met 140 basispunten ten opzichte van het tweede kwartaal van 2022, resulterend in een prime yield van 4,10% in 2023. Deze opvallende stijging lijkt beïnvloed te zijn door externe factoren. Mogelijke factoren waarover gespeculeerd wordt zijn, onduidelijkheden in de regelgeving voor residentieel vastgoedbeleggers en de impact van de rentestanden op de yield ontwikkeling van vastgoed, die als gevolg van de inval van Rusland in Oekraïne en daardoor de hoge inflatie impact lijkt te hebben op de yield ontwikkeling.

Een vergelijkbare trend zien we in kantoorvastgoed, waar een daling in prime yield werd waargenomen tussen 2018 en het eerste kwartaal van 2022. Van een historische prime van 3,75% in 2018 tot een prime yield van 3% in het eerste kwartaal van 2022. Na deze periode is een indrukwekkende stijging zichtbaar in de yield curve van kantoorvastgoed, resulterend in een prime yield van 4,9% in het vierde kwartaal van 2023.

Ook logistiek vastgoed maakte tussen 2018 en het tweede kwartaal van 2022 een daling door. In 2018 bedroeg het yield niveau 4,65%, waarna het sterk afnam tot een historisch lage yield van 3,10% in het tweede kwartaal van 2022. Net als bij de sectoren residentieel en kantoorvastgoed, is er na deze neergang een stijgende trend waarneembaar tot en met het vierde kwartaal van 2023, waarbij het huidige yield niveau op 4,55% ligt.

De vergelijking tussen deze sectoren biedt inzichten hoe supermarkt vastgoed zich eventueel anders of juist gelijk reageert op de externe omstandigheden waar de vastgoedsectoren de afgelopen vijf jaar doorheen zijn gegaan en momenteel nog doorheen gaan.

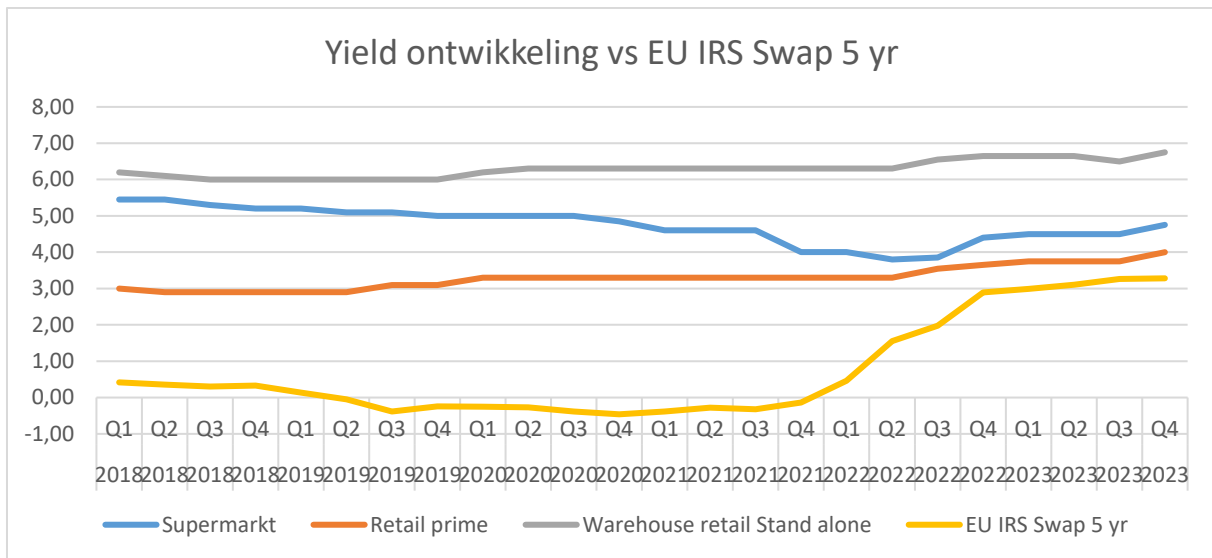
3.2 EU IRS



Grafiek 3. EU IRS Swap 5 jaar. (CBRE, 2018-2023).

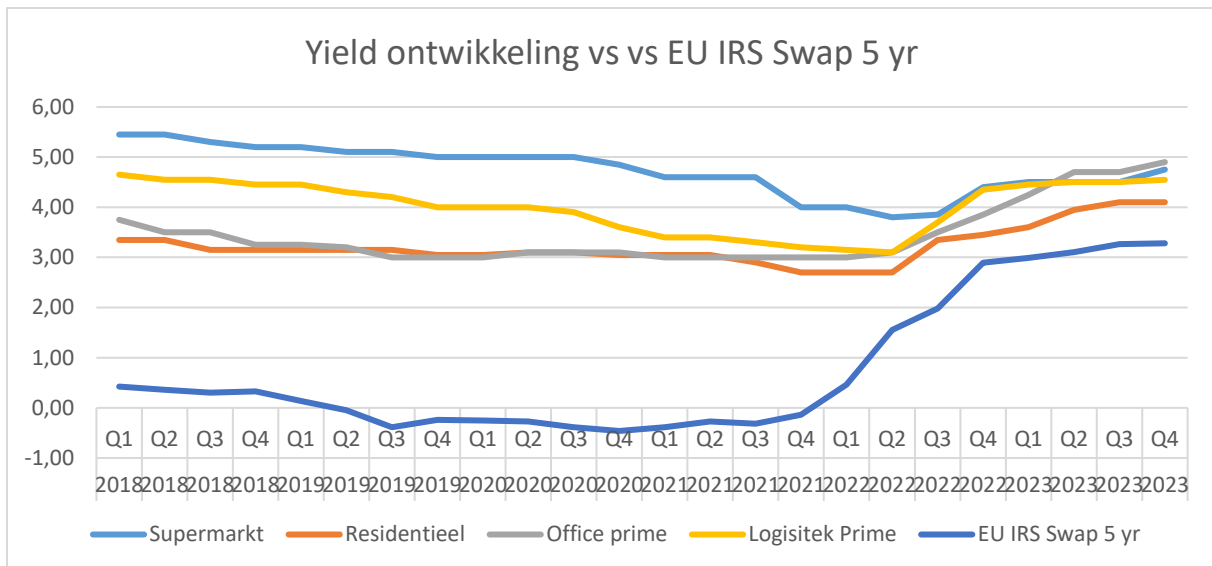
Bovenstaande grafiek 3 laat de EU IRS Swap zien over een periode van vijf jaar tijd. De EU IRS Swap (Interest Rate Swap) is een financieel instrument waarmee partijen rentebetalingen kunnen ruilen, meestal om zich te beschermen tegen veranderingen in rentetarieven, waarbij een vaste rente wordt

geruild tegen een variabele rente gebaseerd op een benchmark zoals Euribor. Zoals te zien begon deze in 2018 gedurende het eerste kwartaal van het jaar op 0.5. De curve daalt licht, gedurende de rest van het jaar en maakt vervolgens een diepe daling tijdens 2019, waarbij er weer een lichte stijging is in het laatste kwartaal van 2019. Deze stijging blijft stabiel gedurende 2020, met een kleine daling in het laatste kwartaal van 2020. Vanaf dat punt is er heel duidelijk te zien dat de EU IRS Swap blijvend een flinke stijging doormaakt. In het derde kwartaal van 2023 stabiliseert deze stijging weer.



Grafiek 3. EU IRS Swap 5 jaar (CBRE, 2018-2023).

Bovenstaand grafiek 3 weergeeft vier elementen namelijk de Supermarkt, Retail prime, Warehouse retail Stand alone en tot slot de EU IRS Swap 5 yr. Te zien is dat de Warehouse retail Stand Alone een redelijk stabiele ontwikkeling doormaakt gedurende de jaren 2018 tot en met 2023. Daaronder, namelijk de blauwe lijn, laat de supermarktontwikkelingen zien. Hier is te zien dat de lijn vanaf 2018 heel licht daalt en tijdens het derde kwartaal van 2021 significant daalt, om vervolgens een jaar later in het derde kwartaal van 2022 weer licht te stijgen. De lijn eindigt lager in 2023 dan dat hij is begonnen in 2018. Retail prime, namelijk de oranje lijn, laat een constante lichte stijging zien gedurende de jaren 2018 tot en met 2023. Tot slot laat EU IRS Swap 5 yr, de gele lijn, zien dat er vanaf 2019 een daling plaats vindt. Deze daling zet door en komt langzaam weer tot een stijging vanaf het eerste kwartaal in 2021.



Grafiek 4. Vergelijking Yield ontwikkeling en EU IRS Swap 5 jaar (CBRE, 2018-2023).

Tot slot laat bovenstaand grafiek 4 de ontwikkelingen zien van Supermarkt, Residentieel, Office prime, Logistiek Prime en EU IRS Swap 5 yr. Hier is te zien dat de Supermarkt langzaam en gestaag blijft dalen tot en met het derde kwartaal van 2022. Vanaf dan begint het weer te stijgen. Logistiek Prime maakt een vergelijkbare ontwikkeling mee, echter begint deze weer te stijgen vanaf het tweede kwartaal in 2022. Office prime daalt gedurende het jaar 2018 en blijft tot en met het tweede kwartaal van 2022 stabiel, waarna er een stijging is tot en met eind 2023. Dan is er residentieel, waarbij de lijn redelijk stabiel blijft tot en met het derde kwartaal van 2021. Dan vindt er een lichte daling plaats. Vanaf het tweede kwartaal 2022 vindt er weer een lichte stijging plaats. De onderste lijn, namelijk EU IRS Swap 5 yr laat zien dat er een duidelijke daling plaats vindt tot en met het derde kwartaal van 2019. De lijn blijft tot het laatste kwartaal van 2021 stabiel en maakt vervolgens een hele grote stijging door tot het eind van 2023.

Interpretatie van de Resultaten

Hieronder volgt een interpretatie van de resultaten en een analyse van de yield ontwikkelingen:

Yield ontwikkeling in vergelijking: De data tonen aan dat supermarktvastgoed een unieke trend vertoont in vergelijking met andere vastgoedsectoren. Terwijl 'Retail Prime' en 'Warehouse Retail Stand Alone' een stijgende yield curve laten zien, toont supermarktvastgoed een overwegend dalende trend, gevolgd door een lichte stijging richting 2023. Dit suggereert dat supermarktvastgoed als relatief stabiel en mogelijk minder risicovol wordt beschouwd door beleggers, wat resulteert in een lagere yield.

Vergelijking met residentieel vastgoed: De vergelijking met residentieel vastgoed toont aan dat, hoewel de yields voor beide sectoren relatief laag zijn, er een significante stijging is in de yield voor residentieel vastgoed richting 2023. Dit kan wijzen op een sterker effect van rentestijgingen op residentieel vastgoed, wellicht door een hogere gevoeligheid voor rentewijzigingen binnen deze sector.

Reactie op rentestijgingen: De sterke stijging van de EU IRS Swap 5 jaar vanaf 2021 wijst op een algemene rentestijging. De data suggereren dat residentieel en kantoorvastgoed sterker reageren op deze rentestijgingen, met een opmerkelijke stijging in hun yields. Supermarktvastgoed vertoont een meer gematigde reactie, wat duidt op een potentieel lagere gevoeligheid voor renteschommelingen.

Supermarkt yields versus andere sectoren: De minder sterke stijging van supermarkt yields ten opzichte van de andere vastgoedsectoren kan worden geïnterpreteerd als een indicatie van hun stabiliteit en veerkracht tegenover externe economische schokken, zoals pandemieën of renteschommelingen. Dit maakt supermarktvastgoed aantrekkelijk voor beleggers die op zoek zijn naar stabielere investeringen.

Conclusie

De analyse van de yield ontwikkelingen toont aan dat supermarktvastgoed zich onderscheidt door een relatieve stabiliteit in zijn yield curve, zelfs in tijden van economische onzekerheid en renteschommelingen. Terwijl de yields voor residentieel en kantoorvastgoed een sterke reactie laten zien op rentestijgingen, blijft de reactie van supermarktvastgoed gematigd. Dit bevestigt de positie van supermarktvastgoed als een stabiele investering binnen de vastgoedmarkt, met potentiële veerkracht tegenover macro-economische veranderingen. Echter, de algemene stijging van de rente en de daaruit voortvloeiende yield stijgingen in verschillende vastgoedsectoren benadrukken de noodzaak voor beleggers om rekening te houden met de specifieke kenmerken en gevoeligheden van elke sector bij het nemen van investeringsbeslissingen.

3.3 Correlatieanalyse

Onderstaand tabel laat de correlatie analyse zien:

	Euribor Swap Rate 5yr	Supermarkt vastgoed	Retail prime	Warehouse retail prime	Residentieel	Office prime	Logistiek prime
Euribor Swap Rate 5yr	1,0000	0.0535	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0,581
Supermarkt vastgoed	0.0535	1,0000	0.0031	0.0027	0,1274	0,0577	0,0000
Retail prime	0,0000	0.0031	1,0000	0.0000			
Warehouse retail prime	0,0000	0.0027	0,0000	1,0000			
Residentieel	0.0000	0.5531			1,0000	0.0000	
Office prime	0,0000	0.7890			0,0000	1,0000	0.0012
Logistiek prime	0.0581	0,0005			0,001	0,0012	1,0000

Tabel 3. Correlatie analyse EUR Swap rate ten opzichte van supermarkt, retailprime, warehouse retail, Residentieel, Office prime en Logistiek prime

De correlatiewaarde die wordt weergegeven in tabel 3, toont de mate waarin twee variabelen lineair met elkaar samenhangen. Een correlatie dichtbij 0 laat zien dat er geen lineair verband is, terwijl een correlatie dichtbij 1 of -1 een sterk positief of negatief lineair verband aangeeft. De correlatiewaarde voor supermarktvastgoed is negatief en niet significant (boven de drempelwaarde van 0,05), wat dus betekent dat er geen sterk statistisch bewijs is dat de yield van supermarktvastgoed in lineaire zin

samenhangt met de EUR Swap rate. Dit in tegenstelling tot de EUR Swap rate 5 yr en Retail en Warehouse retail prime vastgoed, waar dit wel duidelijk zichtbaar is.

Als we verder kijken naar de resultaten uit de correlatie analyse, waarbij zowel logistiek als supermarktvastgoed niet-significante correlatiewaarden hebben ten opzichte van de EUR Swap rate, suggereren deze resultaten dat er geen sterk lineair verband is tussen de rentestanden en de yields van deze vastgoedsectoren, in tegenstelling tot Residentieel en Kantoor vastgoed, waar een duidelijk en sterk significante impact af te lezen is. Daarnaast kan geconstateerd worden dat Office prime niet-significante correlatiewaarden heeft ten opzichte van supermarktvastgoed. Dit laat zien dat er geen sterk lineair sterk verband is tussen deze twee vastgoedsectoren, echter is dit wel te zien tussen Supermarktvastgoed en Logistiek vastgoed waarbij met een significantie van 0.0005 eveneens sprake is van een sterk significant karakter. Hierbij kunnen we dus wel een lineair verband aflezen. Retailprime en Warehouse Retail-prime hebben ook een duidelijke significante correlatiewaarden te hebben ten opzichte van Supermarktvastgoed. Dit laat zien dat er ook hier een sterk lineair verband is tussen deze verschillende sectoren.

Conclusie

De analyses uit het tabel suggereert dat er geen sterk lineair verband bestaat tussen de EUR Swap rate en de yields van supermarktvastgoed en logistiek vastgoed. Dit geldt echter wel voor Retail prime, Warehouse retail prime, residentieel en Office prime. Daarnaast wijzen de resultaten erop dat er bij een aantal sectoren ook geen significant lineair verband is tussen verschillende vastgoedsectoren onderling, zoals tussen supermarktvastgoed en zowel Residentieel, alsmede Office prime. Dit duidt erop dat de yield van vastgoedinvesteringen in deze sectoren mogelijk door andere factoren dan alleen de EUR Swap rate wordt beïnvloed, en dat niet alle sectoren onderling ook niet sterk aan elkaar gerelateerd zijn in termen van yield performance.

4. Methodologie

4.1 Type onderzoek

Dit onderzoek is voornamelijk verkennend van aard. De kern van deze studie richt zich op het verkennen van de complexe dynamieken die de investeringsaantrekkelijkheid van supermarktlocaties binnen de retail vastgoedmarkt beïnvloeden. Verkennend onderzoek is vooral geschikt in situaties waarin er vooraf weinig kennis beschikbaar is over het onderwerp of wanneer het fenomeen nog niet grondig is onderzocht (Verhoeven, 2014). Deze aanpak maakt het mogelijk om een breed spectrum aan gegevens te verzamelen en te analyseren, wat bijdraagt aan een dieper inzicht in de onderliggende factoren die de aanvangsrendementen en waardeveranderingen van supermarktlocaties sturen.

In het methodologische kader van dit onderzoek ligt de nadruk vooral op kwalitatief onderzoek, bestaande uit literatuurstudie en expertinterviews. Deze methoden zijn gekozen om een gedetailleerd en genuanceerd begrip te verkrijgen van de marktdynamiek en de specifieke kenmerken van supermarktlocaties die bijdragen aan hun investeringswaarde. Interviews met marktexperts, beleggers, makelaars en gebruikers hebben een belangrijke rol gespeeld in het verzamelen van inzichten die niet direct uit gepubliceerde bronnen gehaald konden worden. Door deze benadering konden er specifieke gegevens geïdentificeerd worden die mogelijk de investeringsbeslissingen en marktprestaties beïnvloeden. Het uiteindelijke doel was om een fundament te leggen voor toekomstig onderzoek en om beleggers te voorzien van strategische inzichten die hen ondersteunen in het maken van geïnformeerde investeringsbeslissingen binnen de fluctuerende markt van retail vastgoed.

Naast de literatuurstudie en expertinterviews, is er ook gebruik gemaakt van kwantitatieve gegevens, zoals te zien in hoofdstuk 3. Hier is gebruik gemaakt van beschrijvende statistiek, waarbij er kritisch is gekeken naar de yield-ontwikkeling van supermarktvastgoed in relatie tot een aantal specifieke vastgoedsectoren. Er is gebruik gemaakt van concrete vastgoeddata en datasets afkomstig van wereldwijd grootste vastgoed consultancy kantoor CBRE, een vooraanstaand bedrijf met beperkte concurrentie in het verwerven van cruciale informatie over de vastgoedmarkt. De dataset, samengesteld door CBRE, bevat belangrijke gegevens, waaronder de yield reeksen van diverse vastgoedsectoren en de actuele rentestanden.

4.2 Onderzoeksmethoden en Dataverzameling

Dit onderzoek maakt gebruik van een combinatie van kwalitatieve en kwantitatieve onderzoeksmethoden om een uitgebreide analyse te kunnen uitvoeren van de investeringsdynamiek binnen de supermarktsector van het retail vastgoed. De gekozen methodologieën sluiten aan bij de complexiteit en de diepte van de vraagstellingen die dit onderzoek wilt beantwoorden.

Aan de kwalitatieve zijde is de aanpak een uitgebreide literatuurstudie en daarnaast zes expertinterviews. Deze interviews zijn gericht op het verzamelen van diepgaande inzichten en perspectieven van belangrijke spelers binnen de markt. De keuze van respondenten is strategisch bepaald om een breed spectrum van ervaringen en visies te omvatten die relevant zijn voor het onderwerp. Respondenten zoals Ward van Hoof, Real Estate Advisor bij Retail Capital, en David van der Boon, Manager Commercieel Vastgoed bij Kroonenberg Groep, bieden waardevolle expertise in

het beheren en adviseren binnen de retail vastgoedmarkt. De inzichten van een Anonieme Expansion Manager bij een van de grootste supermarkthouders van Nederland bieden een uniek perspectief vanuit de retail industrie zelf, terwijl David Willemsen en Teun van der Wind, Investment Relations Managers en Investment Analyst bij een van Nederlands grootste Supermarkt vastgoedfondsen "Annexum, en Wouter van Dooren, Associate Director Capital Markets Retail bij CBRE, hun kennis over investeringsstrategieën en markttrends delen.

Aan de kwantitatieve kant is er gebruik gemaakt van beschrijvende statistiek om de yield-ontwikkeling van supermarktvastgoed in relatie tot andere vastgoedsectoren te analyseren. De data hiervoor is verkregen via CBRE, een leidende consultant op het gebied van vastgoeddata. Deze dataset bevat gedetailleerde yield-reeksen van diverse vastgoedsectoren en actuele rentestanden, die belangrijk zijn voor het begrijpen van de marktdynamieken en investeringstrends. Het gebruik van deze data maakt het mogelijk om een empirisch onderbouwde analyse te presenteren die de veranderingen binnen de supermarktsector kwantificeert.

De integratie van deze methoden garandeert een holistische benadering van het onderzoek. Het combineert de diepgaande, contextuele inzichten verkregen uit de interviews met de objectiviteit en breedte van de kwantitatieve data-analyse. Dit maakt het mogelijk om de huidige stand van zaken te beschrijven - maar ook om de onderliggende patronen en trends te identificeren die de toekomstige richting van de markt kunnen beïnvloeden. Hierdoor kan dit onderzoek concrete aanbevelingen bieden voor strategische investeringsbeslissingen binnen de dynamische markt van supermarktvastgoed.

4.3 De interviews

Op basis van de verzamelde data, was het mogelijk om passende interviewvragen op te stellen. De voorafgaande analyses hadden waardevolle inzichten gegeven in de dynamiek van de vastgoedmarkt, met een specifieke focus op supermarktvastgoed. Uit de probleemstelling, doelstellingen, en de uitgevoerde analyses bleek een ingewikkelde interactie tussen macro-economische indicatoren zoals de EUR Swap rate en de yields van verschillende vastgoedsectoren, waaronder supermarktvastgoed, residentieel vastgoed, office prime vastgoed, en logistiek vastgoed.

Deze interacties suggereren dat er geen sterk lineair verband bestaat tussen de EUR Swap rate en de yields van Logistiek en Supermarkt vastgoed, in tegenstelling tot die van Residentieel en Kantoor vastgoed. Verder toonden de analyses aan dat de vastgoedsectoren onderling ook geen significant lineair verband vertonen met supermarktvastgoed.

Noodzaak voor diepgaande verkenning

De conclusies uit de voorgaande hoofdstukken benadrukken de noodzaak voor een diepgaandere verkenning van de factoren die invloed hebben op de yield ontwikkelingen binnen de vastgoedmarkt. Om deze reden waren de aanvullende interviews die zijn gehouden met de vijf experts uit de sector essentieel. Deze gesprekken hebben aanvullende perspectieven geboden op de dynamiek - die niet enkel alleen door kwantitatieve analyse kon worden onthuld.

Opstellen van interviewvragen

De interviewvragen richten zich op het verkrijgen van inzicht in de volgende kerngebieden, gebaseerd op de uitkomsten en conclusies van de voorgaande analyses:

Dieper begrip van markt dynamiek: Wat zijn volgens experts de primaire drijfveren achter de yield ontwikkelingen in de vastgoedmarkt, in het bijzonder supermarktvastgoed? Hoe interpreteren zij de afwezigheid van een sterk lineair verband tussen de EUR Swap rate en de yields binnen de verschillende vastgoedsectoren?

Invloed van macro-economische en maatschappelijke ontwikkelingen: Hoe beïnvloeden macro-economische en maatschappelijke ontwikkelingen, zoals inflatie, rentestanden, en consumentengedrag, de vastgoedmarkt? En hoe anticiperen zij op toekomstige veranderingen in deze factoren?

Sectorenspecifieke vraagstukken: Gezien de unieke trend van yield ontwikkeling in supermarktvastgoed, welke specifieke factoren maken supermarktvastgoed aantrekkelijk voor beleggers? En hoe verhoudt deze aantrekkelijkheid zich tot andere vastgoedsectoren zoals residentieel, office prime, en logistiek vastgoed?

Toekomstperspectieven en strategieën: Wat zijn de toekomstperspectieven voor de vastgoedmarkt, met een speciale focus op supermarktvastgoed? Welke strategieën zouden beleggers kunnen overwegen om te navigeren door de huidige en toekomstige marktdynamiek?

De interviewvragen

1. *Hoe beoordeelt u het huidige Bruto Aanvangsrendement voor supermarktlocaties in vergelijking met andere sectoren binnen de retailmarkt?*

Deze vraag is relevant omdat de data aantoont dat supermarktvastgoed zich onderscheidt door een relatieve stabiliteit in de yield curve, zelfs in tijden van economische onzekerheid.

2. *Welke macro-economische trends ziet u als bepalend voor de ontwikkeling van het Bruto Aanvangsrendement in de supermarktsector?*

Gezien de invloed van macro-economische indicatoren zoals de dalende rente op staatsobligaties - is het belangrijk om te onderzoeken hoe experts deze trends interpreteren in relatie tot het Bruto aanvangsrendement.

3. *In hoeverre beïnvloedt de locatie van een supermarkt het Bruto Aanvangsrendement, en welke locatiespecifieke factoren zijn het meest invloedrijk?*

Dit sluit aan bij de bevinding dat locatie-specifieke factoren significant bijdragen aan de waarde en het risicoprofiel van supermarktvastgoed.

4. *Hoe beïnvloeden consumentengedrag en de verschuiving naar online winkelen het Bruto Aanvangsrendement van supermarktlocaties?*

Gezien de data over de impact van digitalisering en e-commerce, is deze vraag belangrijk om de relatie tussen consumentengedrag, online winkelen, en het Bruto aanvangsrendement te begrijpen.

5. *Wat zijn de grootste risico's en uitdagingen voor investeren in supermarktvastgoed vanuit het Bruto Aanvangsrendement perspectief?*

Dit is relevant om de waargenomen risico's te onderzoeken die mogelijk hogere rendementseisen van beleggers rechtvaardigen.

6. Hoe ziet u de toekomstige ontwikkeling van het Bruto Aanvangsrendement voor supermarktlocaties, gezien de huidige marktdynamiek en economische indicatoren?

Deze vraag borduurt voort op de discussie over de interactie tussen verschillende factoren die het Bruto aanvangsrendement beïnvloeden, om op die manier toekomstperspectieven te verkennen.

7. *Kunnen innovaties in supermarkten, zoals duurzaamheidsinitiatieven of technologische upgrades, het Bruto Aanvangsrendement beïnvloeden? Zo ja, hoe?*

Gezien de data over duurzaamheid en digitalisering, is deze vraag belangrijk om de impact van innovaties op het Bruto Aanvangsrendement te onderzoeken.

8. *Welke strategieën zouden supermarkten en investeerders kunnen overwegen om hun het Bruto Aanvangsrendement te optimaliseren in het huidige economische klimaat?*

Dit sluit aan bij de noodzaak voor een diepere verkenning van factoren die de yield ontwikkelingen beïnvloeden en voor mogelijke strategische benaderingen.

9. *Hoe verhoudt het Bruto Aanvangsrendement van supermarktlocaties zich tot aanvangsrendementen in andere vastgoedsectoren, zoals logistiek of residentieel vastgoed?*

Deze vraag is gebaseerd op de bevindingen dat er geen sterk lineair verband is tussen de yields van verschillende vastgoedsectoren, wat suggereert dat supermarkt vastgoed unieke eigenschappen heeft.

10. *Hoe beïnvloeden demografische veranderingen en de ontwikkeling van stedelijke gebieden het Bruto Aanvangsrendement van supermarktlocaties?*

Gezien de toename van supermarkten in stedelijke en Randstedelijke gebieden, is het belangrijk om te onderzoeken hoe deze ontwikkelingen het Bruto Aanvangsrendement beïnvloeden.

Elke vraag is voortgekomen uit de geanalyseerde data en de theorieën die de interacties binnen de supermarktsector en de vastgoedmarkt weergeven. Deze vragen zijn opgesteld om de discussie verder te verdiepen en om aanvullende perspectieven te bieden op de factoren die het Bruto Aanvangsrendement beïnvloeden, zoals macro-economische trends, consumentengedrag, locatie-specifieke kenmerken, en de impact van digitalisering.

Conclusie

Deze vragen zijn ontworpen om een grondige verkenning van de onderliggende factoren achter de yield ontwikkelingen in de vastgoedmarkt mogelijk te maken. Door expertinzichten te hebben verzameld, heeft dit onderzoek niet alleen de huidige stand van zaken verhelderd maar ook toekomstige trends en kansen binnen de vastgoedmarkt geïdentificeerd. De antwoorden op deze vragen zijn dan ook belangrijk voor het formuleren van investeringsstrategieën en het adviseren van stakeholders binnen de vastgoedsector.

Deze paragraaf vormt dan ook de brug tussen de analytische bevindingen uit de voorgaande hoofdstukken en de praktische exploratie door middel van expertinterviews. De vragen zijn zorgvuldig samengesteld om de kritieke gebieden van interesse te dekken die voortkomen uit de analyses, met als doel een holistisch begrip van de supermarktvastgoedmarkt te ontwikkelen.

5. Interviewresultaten

In dit hoofdstuk worden de interviewresultaten behandeld. Hierbij wordt er een weergave opgesteld vanuit de vijf expertinterviews die zijn gehouden. Alle interviewresultaten zijn terug te vinden in "bijlage 1 Interviews" van dit onderzoek. Deze interviews zullen ingaan op alle vijf deelvragen, echter vanuit de volgende vraag geformuleerd, namelijk:

- Wat is de visie van marktexperts op de ontwikkeling van het Bruto Aanvangsrendement met betrekking tot supermarktlocaties?

5.1 Hoe kenmerkt een supermarktlocatie zich?

De experts uit verschillende hoeken van de vastgoed- en retail sector hebben hun inzichten gedeeld over wat essentiële kenmerken zijn van supermarktlocaties. Hun observaties bieden een dieper overzicht van de criteria die een locatie geschikt maken voor supermarktexploitatie en waarom bepaalde locaties aantrekkelijker zijn voor investeringen dan andere.

Ward van Hoof van Retail Capital benadrukt het belang van locatie binnen stedelijke gebieden en goedlopende wijkwinkelcentra. Hij merkt op: *"In de randstad zien we toch zeker wel dat hier het meest wordt betaald voor supermarktvastgoed."* Dit wordt verder ondersteund door zijn observatie dat locaties met een sterke mix van full-service supermarkten en discounters, zoals Kruidvat, het best presteren. Deze locaties trekken een breed scala aan consumenten aan, wat de locatie vitaal en financieel aantrekkelijk maakt.

David van der Boon van Kroonenberg Groep, richt zich op demografische factoren en de grootschaligheid van de stad waarin de supermarkt zich bevindt. Hij verduidelijkt: *"Voor ons zijn demografische factoren, zoals in welke stad, de grootte van de stad hele belangrijke factoren."* Dit geeft aan dat naast de fysieke locatie, de bevolkingsdichtheid en het economisch potentieel van het gebied cruciale factoren zijn die de geschiktheid van een supermarktlocatie bepalen.

Anoniem, een Expansion Manager bij een van de grootste supermarktketens van Nederland, legt nadruk op de langdurige aantrekkelijkheid en de voortdurende relevantie van de locatie. Zijn benadering richt zich minder op korte termijnrendementen maar meer op de duurzaamheid van de locatie: *"Voor ons is het belangrijk dat een locatie goed is en zal blijven, wat het voor de lange termijn een betere investering kan maken."*

David Willemsen en Teun van der Wind van Annexum benadrukken eveneens de stabiliteit en minder volatiele aard van supermarktlocaties, vooral tijdens economische onzekerheden, wat deze locaties bijzonder aantrekkelijk maakt voor investeerders die op zoek zijn naar zekerheid en consistente prestaties.

Wouter van Dooren van CBRE vat de aantrekkelijkheid van supermarktlocaties samen door te wijzen op de specifieke kenmerken die investeerders zoeken: *"Investeerders zijn erg selectief geworden als het gaat om dit type vastgoed, met name de full-service supermarkten en wijkwinkelcentra met een groot aandeel supermarkten doen het erg goed."*

Uit deze interviews blijkt dat een supermarktlocatie zich kenmerkt door de stabiliteit van vraag, demografische geschiktheid, en de mix van retail die de locatie ondersteunt, waardoor het niet alleen aantrekkelijk is voor consumenten maar ook voor lange termijn investeerders. Deze kenmerken vormen de kern van wat een supermarktlocatie succesvol maakt in de competitieve retail vastgoedmarkt.

5.2 Huidige vastgoedmarkt supermarktlocaties

In het licht van de huidige vastgoedmarkt van supermarktlocaties bieden de geïnterviewde experts ook uitgebreide inzichten in de dynamiek en trends die momenteel invloed hebben op deze sector van de retail vastgoedmarkt. Hun commentaren gaan zowel over de robuustheid van supermarktlocaties als ook over de factoren die bijdragen aan hun aantrekkelijkheid als investering.

Wouter van Dooren van CBRE legt uit hoe de markt reageert op economische veranderingen: "De bruto aanvangsrendementen van supermarkt-gedreven en convenience vastgoed hebben de laatste jaren een dalende trend laten zien, wat wijst op een toegenomen interesse van zowel institutionele als private investeerders." Hij voegt toe dat ondanks recente rentestijgingen, deze trend van stabilisatie en correctie een indicatie is van de veerkracht van de markt voor supermarktlocaties.

David van der Boon van Kroonenberg Groep benadrukt de stabiliteit en minder volatiliteit van supermarkt vastgoed vergeleken met andere retail sectoren, met name tijdens de Covid-19 pandemie: "*Supermarkt vastgoed bleek een stabiele asset class, essentieel tijdens lockdowns, wat het tot een aantrekkelijke investering maakt.*"

Anoniem merkt op dat de prestaties van supermarkten, zelfs tijdens economische tegenslagen zoals inflatie en renteschommelingen, bijdragen aan de sterke marktpositie van supermarktlocaties: "*Ondanks sterke inflatie en de corona pandemie functioneerden supermarkten goed, wat zich sterk terugziet in de waarde van het vastgoed.*"

Ward van Hoof van Retail Capital illustreert de aantrekkelijkheid van supermarktlocaties binnen stedelijke centra en goed gelegen wijkwinkelcentra: "*De tegenwaardige beweging van de markt ziet een toename van de aanvangsrendementen in de binnensteden, terwijl die van supermarkt vastgoed en convenience vastgoed sterk afnemen, wat duidt op een groeiende vraag naar deze locaties.*"

David Willemsen & Teun van der Wind van Annexum benadrukken de minder volatiele en stabiele aard van supermarktlocaties, zelfs in economisch onzekere tijden, wat ze tot aantrekkelijke investeringen maakt: "*Het Bruto Aanvangsrendement voor supermarktlocaties blijft relatief stabiel, zelfs in vergelijking met andere sectoren binnen de retailmarkt.*"

Deze inzichten duiden op een sterke en veerkrachtige markt voor supermarktlocaties, die wordt gekenmerkt door stabiliteit en een groeiende aantrekkingskracht onder investeerders. De trend van dalende aanvangsrendementen in combinatie met de essentiële rol die supermarkten spelen in de dagelijkse behoeften van consumenten, versterkt hun positie als begeerde investeringen binnen de vastgoedmarkt.

5.3 Ontwikkeling Bruto Aanvangsrendement, laatste vijf jaar

De geïnterviewde experts hebben ook een helder beeld van de trendlijnen en specifieke ontwikkelingen, die de Bruto Aanvangsrendementen in de supermarktsector beïnvloeden, gegeven. Hun inzichten brengen een patroon naar voren van stabilisatie en soms daling van het Bruto Aanvangsrendement, wat wijst op de verhoogde waarde die aan deze vastgoedcategorie wordt toegekend.

Wouter van Dooren van CBRE beschrijft een duidelijke trend van dalende Bruto Aanvangsrendement: *"De bruto aanvangsrendementen van supermarkt-gedreven en convenience vastgoed hebben de laatste jaren een dalende trend laten zien."* Hij voegt eraan toe dat dit indicatief is voor een verhoogde belangstelling van zowel binnenlandse als buitenlandse investeerders die stabiliteit zoeken.

David van der Boon van Kroonenberg Groep wijst op de invloeden van externe economische factoren: *"Ook na de inval van Rusland in Oekraïne zag je dat de rente enorm toenam, waardoor vrijwel alle aanvangsrendementen stegen, maar supermarktvastgoed bleek minder volatiel en stabiel dan de overige markten en assetclasses."*

Anoniem benadrukt de consistentie van supermarktoperaties, zelfs in moeilijke tijden, wat bijdraagt aan een sterke Bruto Aanvangsrendement: *"Ondanks de sterke inflatie, de corona pandemie en rente omstandigheden, bleven supermarkten juist goed functioneren, wat je ook sterk terugziet in de waarde van het vastgoed."*

Ward van Hoof van Retail Capital noemt specifieke voorbeelden van de afnemende Bruto Aanvangsrendement bij toplocaties: *"Met name de objecten die verhuurd zijn aan de grote supermarktketens als AH en Jumbo en de goedgelegen wijkwinkelcentra zie je dit uitzonderlijk sterk."*

David Willemsen & Teun van der Wind van Annexum bevestigen deze observatie door de stabiliteit van het Bruto Aanvangsrendement te onderstrepen, zelfs in vergelijking met andere retail sectoren.

Samenvattend, uit de informatie blijkt dat de Bruto Aanvangsrendementen in de supermarktsector over de laatste vijf jaar een dalende trend vertonen, wat wijst op een groeiende attractiviteit en een algemene perceptie van deze vastgoedcategorie als een stabiele en minder risicovolle investering. De stabiliteit van supermarkten als essentiële voorzieningen draagt aanzienlijk bij aan deze perceptie, vooral in tijden van economische onzekerheid en marktvolatiliteit.

5.4 Invloed economische en maatschappelijke ontwikkelingen

De experts hebben ook inzichten gegeven in hoe renteschommelingen en inflatie de investeringsdynamiek en waardering van supermarktlocaties veranderen.

Wouter van Dooren van CBRE spreekt over de invloed van de rente en inflatie op de vastgoedmarkt: *"Na de stijging van de rente op de kapitaalmarkten zijn de rendementen ook voor dit type vastgoed gecorrigeerd en gestabiliseerd. Daarbij zijn beleggers ook zeer selectief geworden als het gaat om dit type vastgoed."* Dit toont aan dat hogere rente de investeringskosten kan verhogen, wat direct invloed heeft op de rendementen.

David van der Boon van Kroonenberg Groep deelt zijn waarnemingen over de invloed van macro-economische gebeurtenissen: *"Covid, de oorlog in Oekraïne, de gascrisis en stijgende inflatie hebben een grote rol en hebben behoorlijke impact gehad op de sector."* Deze factoren hebben geleid tot meer volatiliteit en onzekerheid, waardoor de stabiliteit van supermarktvastgoed des te aantrekkelijker wordt voor beleggers.

Anoniem belicht de robuustheid van supermarkten ondanks economische tegenwind: *"Al deze gevolgen hebben veel impact gehad op het consumentengedrag en daardoor indirect ook op het functioneren van supermarkt vastgoed, waarin duidelijk werd hoe stabiel en belangrijk de supermarkten zijn."* Dit benadrukt dat, ondanks economische uitdagingen, supermarkten als essentiële voorzieningen hun waarde behouden.

Ward van Hoof van Retail Capital legt uit hoe economische neergang paradoxale effecten kan hebben: *"Als de koopkracht van de mens het wat zwaarder heeft, blijft men toch naar de supermarkten gaan, in tegenstelling tot kleding kopen, regelmatig uiteten gaan."* Dit illustreert hoe supermarktvastgoed profiteert van een consumentenfocus op basisbehoeften, zelfs in economisch moeilijke tijden.

Samengevat blijkt uit de commentaren van de experts dat hoge rente en inflatie significante invloeden hebben op de vastgoedmarkt voor supermarkten. Deze economische parameters beïnvloeden niet alleen de investeringskosten en rendementen maar benadrukken ook de inherente stabiliteit en weerbaarheid van supermarktlocaties tegenover andere retail sectoren. Beleggers waarderen deze eigenschappen vooral in tijden van economische onzekerheid, wat de aantrekkelijkheid van supermarktvastgoed verder verhoogt.

5.5 Afnemende Bruto Aanvangsrendement verklaard vanuit investeringsperspectief

De afnemende Bruto Aanvangsrendementen (BAR) van supermarktlocaties wordt door de geïnterviewde experts verklaard door de toenemende aantrekkelijkheid en stabiliteit van deze vastgoedcategorie. Dit biedt een duidelijk beeld van de factoren die bijdragen aan de dalende Bruto Aanvangsrendement en wat dit betekent voor beleggers.

David van der Boon van Kroonenberg Groep legt uit dat de stabiliteit van supermarktvastgoed, versterkt door de essentiële rol die het speelt, bijdraagt aan de aantrekkelijkheid ervan: *"Supermarktvastgoed heeft zeker in de periode van Covid een enorme boost gekregen, doordat dit een onderdeel bleek te zijn van eerste levensbehoefte waardoor zij altijd open konden blijven."* Dit heeft geleid tot een verhoogde vraag naar deze locaties, wat het Bruto Aanvangsrendement verder drukt.

Wouter van Dooren van CBRE vermeldt dat de dalende Bruto Aanvangsrendement ook te maken heeft met de hoge interesse van investeerders in stabiele en minder risicovolle assets: *"Zowel institutionele (binnen- en buitenland) als private investeerders tonen erg veel interesse in dit type vastgoed."* Deze grote vraag naar supermarktvastgoed, gekoppeld aan de beperkte beschikbaarheid, draagt bij aan het dalende Bruto Aanvangsrendement.

Ward van Hoof van Retail Capital wijst op de specifieke kenmerken van supermarktlocaties die hen bijzonder maken: *"Met name de objecten die verhuurd zijn aan de grote supermarktketens als AH en Jumbo en de goedgelegen wijkwinkelcentra zie je dit uitzonderlijk sterk."* De voorkeur voor

hoogwaardige huurders en locaties verhoogt de concurrentie om deze objecten te verwerven, wat leidt tot scherpere aanvangsrendementen.

Anoniem benadrukt de impact van economische stabiliteit op de waardering van supermarktlocaties: *"Ondanks de sterke inflatie en renteomstandigheden bleven supermarkten goed functioneren, wat je ook sterk terugziet in de waarde van het vastgoed."* Dit toont aan dat de operationele zekerheid van supermarkten, die zelfs in economisch onzekere tijden consumenten blijven trekken, hun vastgoed aantrekkelijker maakt voor investeerders.

David Willemsen & Teun van der Wind van Annexum verklaren het dalende Bruto Aanvangsrendement verder door de betrouwbaarheid van de cashflows van supermarkten: *"Het Bruto Aanvangsrendement voor supermarktlocaties blijft relatief stabiel, zelfs in vergelijking met andere sectoren binnen de retailmarkt."*

Deze inzichten van de experts illustreren dat het afnemende Bruto Aanvangsrendement van supermarktlocaties voornamelijk kan worden verklaard door de combinatie van hun essentiële aard, stabiele cashflows, en de hoge vraag van investeerders. Dit maakt supermarktlocaties tot een begeerd object in de vastgoedmarkt, resulterend in competitievere prijzen en lagere aanvangsrendementen.

5.6 Analyse resultaten van respondenten

Uit de interviews met de vijf experts uit verschillende organisaties van de vastgoed- en retail sector komen zowel overeenkomsten als verschillen naar voren met betrekking tot de kenmerken, waarde en investeringsdynamiek van supermarktlocaties.

Overeenkomsten

Een belangrijke overeenkomst tussen de respondenten is hun eensgezindheid over de stabiliteit en aantrekkelijkheid van supermarkt vastgoed. Alle experts erkennen de robuustheid van deze vastgoedcategorie, vooral tijdens economische onzekerheden. Wouter van Dooren van CBRE en David van der Boon van Kroonenberg Groep benadrukken de stabiliteit van supermarkt vastgoed tijdens de COVID-19 pandemie. Van Dooren stelt: *"De bruto aanvangsrendementen van supermarktgedreven en convenience vastgoed hebben de laatste jaren een dalende trend laten zien,"* terwijl Van der Boon toevoegt dat supermarkt vastgoed minder volatiel bleek tijdens de pandemie.

Daarnaast is er consensus over de essentiële rol van demografische factoren en de locatie binnen stedelijke gebieden. Ward van Hoof van Retail Capital en David van der Boon benadrukken beiden het belang van stedelijke centra en demografische factoren zoals bevolkingsdichtheid. Van Hoof merkt op: *"In de randstad zien we toch zeker wel dat hier het meest wordt betaald voor supermarkt vastgoed,"* terwijl Van der Boon aangeeft dat de grootte van de stad en demografische kenmerken cruciaal zijn.

Een derde punt van overeenkomst is de invloed van economische factoren zoals rente en inflatie op de vastgoedmarkt. Alle experts erkennen dat deze factoren de investeringsdynamiek beïnvloeden. Anoniem, een Expansion Manager, merkt op dat supermarkten, ondanks inflatie en renteomstandigheden, goed blijven functioneren, wat hun vastgoed waardevol maakt.

Verschillen

Ondanks de overeenkomsten, zijn er ook enkele significante verschillen in de perspectieven van de experts. Een opvallend verschil betreft de prioriteit die wordt gegeven aan korte termijn versus lange termijnrendementen. Anoniem legt de nadruk op de langdurige aantrekkelijkheid en duurzaamheid van locaties: *"Voor ons is het belangrijk dat een locatie goed is en zal blijven, wat het voor de lange termijn een betere investering kan maken."* In contrast, Ward van Hoof en Wouter van Dooren lijken meer gericht op de huidige marktdynamiek en korte termijnrendementen.

Een ander verschil betreft de specifieke kenmerken die supermarktlocaties aantrekkelijk maken voor investeerders. Terwijl Ward van Hoof en David Willemsen & Teun van der Wind van Annexum het belang van huurders zoals grote supermarktketens benadrukken, leggen andere respondenten zoals Van der Boon meer nadruk op bredere economische en demografische factoren. Van der Boon zegt: *"Voor ons zijn demografische factoren, zoals in welke stad, de grootte van de stad hele belangrijke factoren,"* terwijl Van Hoof wijst op objecten verhuurd aan ketens als AH en Jumbo.

Opvallendheden

Een interessante observatie uit de interviews is de verschillende niveaus van optimisme ten aanzien van de toekomstige waardeontwikkeling van supermarktvastgoed. Terwijl sommigen, zoals Van Dooren, een gestage daling van de bruto aanvangsrendementen opmerken als een teken van toenemende waarde en interesse, suggereren anderen een meer voorzichtige benadering, vooral in het licht van recente rentestijgingen en economische onzekerheden. Van Dooren zegt: *"Ondanks recente rentestijgingen, wijst de trend van stabilisatie en correctie op de veerkracht van de markt voor supermarktlocaties,"* wat een optimistische blik toont.

Daarnaast is er een opvallend verschil in de manier waarop de experts de invloed van maatschappelijke trends zoals duurzaamheid en lokale productie zien. (Renner, 2019) benadrukt de groeiende vraag naar biologische en lokale producten, wat kansen biedt voor supermarkten om hun aanbod uit te breiden en samen te werken met lokale producenten. Dit wordt echter niet door alle experts even zwaar gewogen. Terwijl sommige respondenten zoals Anoniem de duurzaamheid van locaties als belangrijk beschouwen voor lange termijn investeringen, lijken anderen meer gefocust op directe economische en demografische factoren.

Conclusie

In het geheel tonen de interviews een duidelijk beeld van de stabiliteit en aantrekkelijkheid van supermarktvastgoed, ondersteund door factoren zoals locatie, huurderskwaliteit en economische veerkracht. Hoewel er verschillen zijn in prioriteiten en benaderingen, delen de experts een gemeenschappelijk begrip van de waarde en het potentieel van deze vastgoedcategorie. Deze inzichten bieden een waardevolle basis voor verdere analyse in de komende hoofdstukken, waar zowel beschrijvende statistieken als praktijkresultaten uit interviews verder zullen worden uitgewerkt om een compleet beeld te geven van de huidige staat en toekomst van supermarktvastgoed.

5.7 Conclusie

De visie van experts op de ontwikkeling van de Bruto Aanvangsrendementen (BAR) voor supermarktlocaties geeft belangrijke inzichten in de dynamiek van de retail vastgoedmarkt. De discussies onthullen zowel consensus als subtiele verschillen in perspectieven, die bijdragen aan een rijk begrip van de huidige en toekomstige trends.

Consensus over stabiliteit en veerkracht

Experts zoals Wouter van Dooren van CBRE en David van der Boon van Kroonenberg Groep zijn het eens over de stabiliteit en veerkracht van supermarktlocaties, vooral tegen de achtergrond van economische schommelingen zoals inflatie en veranderingen in de rente. Beiden benadrukken hoe deze eigenschappen supermarktlocaties aantrekkelijk maken voor investeerders die op zoek zijn naar minder volatiele activa in onzekere tijden. Het Bruto aanvangsrendement heeft de neiging om stabiel te blijven of te dalen, wat de groeiende aantrekkingskracht en competitie voor deze locaties weerspiegelt.

Invloed van externe economische factoren

Een belangrijk thema dat door de experts wordt aangehaald, is de invloed van externe economische factoren, zoals de rente en inflatie, die direct het Bruto Aanvangsrendement beïnvloeden. David van der Boon illustreert dit met opmerkingen over hoe macro-economische gebeurtenissen zoals pandemieën en geopolitieke spanningen de veiligheid van investeringen in supermarktlocaties hebben verhoogd, wat resulteert in een compressie van het Bruto Aanvangsrendement. Dit wordt versterkt door Ward van Hoof van Retail Capital, die wijst op de specifieke aantrekkelijkheid van supermarkten tijdens economische neergangen, omdat consumenten prioriteit geven aan basisbehoeften.

Variatie in BAR afhankelijk van de keten en locatie

Interessant is de nuance die Ward van Hoof biedt over hoe niet alle supermarkten gelijk zijn als het gaat om het Bruto Aanvangsrendement. Locaties met grote ketens zoals Albert Heijn of Jumbo zien een sterkere Bruto Aanvangsrendement-daling door hun grotere trekkracht, in tegenstelling tot locaties van kleinere of minder populaire ketens. Dit suggereert dat de identiteit van de huurder een belangrijke rol speelt in het vaststellen van het aanvangsrendement.

Toekomstige trends en selectiviteit van investeerders

De visie op toekomstige trends van het Bruto Aanvangsrendement voor supermarktlocaties, zoals besproken door Wouter van Dooren, duidt op een aanhoudende selectiviteit onder investeerders. Investeerders neigen naar locaties die niet alleen huidige stabiliteit bieden, maar ook toekomstige groeipotentieel vertonen, wat leidt tot een verschuiving in hoe het Bruto Aanvangsrendement wordt beoordeeld en welke locaties als aantrekkelijk worden beschouwd.

Conclusie

De gezamenlijke visie van de experts onthult dat het Bruto Aanvangsrendement voor supermarktlocaties beïnvloed wordt door een complex samenspel van stabiliteit en essentiële dienstverlening, de impact van externe economische factoren, en de specifieke kenmerken van de huurders. Hoewel de algemene trend een dalende Bruto Aanvangsrendement toont, afhankelijk van locatie en huurder, blijft de sector een aantrekkelijke optie voor investeerders die stabiliteit zoeken in een anderszins volatiele markt. Dit benadrukt de robuustheid van supermarktlocaties als een

beleggingscategorie en de gedetailleerde afwegingen die beleggers maken bij het selecteren van deze investeringen.

6. Conclusie & Aanbevelingen

In dit hoofdstuk wordt eerst de conclusie als antwoord op de hoofdvraag gegeven en vervolgens worden er drie passende aanbevelingen weergegeven.

6.1 Conclusie

De hoofdvraag van dit onderzoek luidt: “Wat zijn de verklarende factoren voor de huidige aanvangsrendementen die beleggers betalen voor supermarktlocaties?”

De huidige Bruto aanvangsrendementen (BAR) voor supermarktlocaties zijn een resultaat van een complex samenspel van verschillende economische, maatschappelijke en markt specifieke ontwikkelingen. De verklarende factoren voor deze rendementen liggen niet alleen in de directe financiële prestaties van de locaties maar ook in bredere trends zoals consumentengedrag, digitalisering, en macro-economische veranderingen.

Economische en Maatschappelijke Invloeden

Uit de theorie en interviews blijkt dat economische druk door hoge rente en inflatie een directe impact heeft op het Bruto aanvangsrendement van supermarktlocaties. Inflatie vermindert de koopkracht, wat consumentengedrag beïnvloedt en supermarkten dwingt om hun prijsstrategieën aan te passen. Tegelijkertijd zorgen hoge rentetarieven voor hogere kapitaalkosten, wat de investeringsappetijt kan temperen. Echter, zoals de grafieken hebben aangetoond, blijft de impact van renteveranderingen op supermarktlocaties relatief beperkt vergeleken met andere vastgoedsectoren, wat wijst op hun stabiliteit.

Invloed van Digitalisering en Consumentenvoorkeuren

De groei van online boodschappen doen, versterkt door de COVID-19 pandemie, heeft supermarkten gedwongen te investeren in digitale platforms. Deze verschuiving naar een omni-channel benadering verhoogt de operationele kosten maar verbetert ook de klanttevredenheid en vergroot het markt bereik. Verder vraagt de toename van consumentenvoorkeuren voor biologische en lokale producten om aanpassingen in het assortiment en samenwerkingen met lokale producenten, wat de aantrekkelijkheid van fysieke winkellocaties kan versterken.

Specifieke Kenmerken van Supermarktlocaties

Zoals uit de interviews blijkt, varieert het Bruto aanvangsrendement afhankelijk van de keten en locatie. Grotere ketens zoals Albert Heijn of Jumbo kunnen door hun trekkracht en reputatie betere huurvoorwaarden bedingen, wat leidt tot een scherpere Bruto Aanvangsrendement. Daarnaast draagt de geografische ligging en het type supermarkt (bijvoorbeeld wijkwinkelcentra versus standalone locaties) bij aan de variabiliteit in rendementen.

Stabiliteit en Veerkracht van Supermarktlocaties

De stabiliteit en essentiële aard van supermarkten maken ze tot een aantrekkelijke investering. Zelfs tijdens economische neergangen blijven supermarkten functioneren en consumenten aantrekken, wat ze tot een robuuste investeringsoptie maakt, zoals blijkt uit de relatief stabiele yields ondanks de

pandemie en economische schokken. Dit wordt weerspiegeld in de grafiekdata, waar supermarktvastgoed consistentere presteert dan andere retail- en kantoorvastgoed.

Langetermijnperspectief

Investeren in supermarktlocaties wordt ook gezien als een langetermijnstrategie. Deze locaties bieden niet alleen onmiddellijke cashflows door huurinkomsten, maar hebben ook potentieel voor waardevermeerdering door ontwikkelingen in consumentengedrag en marktbehoeften. De focus op duurzaamheid en technologische integratie positioneert supermarktvastgoed voor toekomstige groei en aanpassing aan nieuwe consumententrends.

Conclusie

De huidige aanvangsrendementen die beleggers betalen voor supermarktlocaties worden beïnvloed door een samenspel van economische stabiliteit, consumentengedrag en maatschappelijke trends, de essentiële natuur van supermarkten, en de strategische aanpassingen in het bedrijfsmodel van supermarkten. Deze factoren maken supermarktlocaties tot een aantrekkelijke en robuuste investeringsoptie binnen de vastgoedmarkt. Beleggers die deze dynamieken begrijpen en erop inspelen, kunnen profiteren van de stabiele rendementen en potentieel voor waardevermeerdering, zelfs in tijden van economische en marktonzekerheid.

6.1.1 Kritische reflectie op gebruikte methoden en data

De gebruikte methoden en data in dit onderzoek hebben bijgedragen aan een diepgaand begrip van de factoren die de aanvangsrendementen van supermarktlocaties beïnvloeden. Echter, enkele beperkingen en overwegingen moeten worden opgemerkt:

- *Beperkte beschikbaarheid van literatuur en data:* De specifieke aard van het onderwerp, de relatief in transparante “vastgoed sector” en de relatief beperkte beschikbaarheid van literatuur over deze sub-markt “supermarktvastgoed” binnen de retail sector hebben de onderzoeksmogelijkheden beperkt. Hoewel kwalitatief onderzoek door middel van expertinterviews waardevolle inzichten heeft opgeleverd, zou aanvullende kwantitatieve data de bevindingen verder kunnen versterken.
- *Kwalitatieve onderzoeksmethoden:* De keuze voor kwalitatieve onderzoeksmethoden, zoals interviews met belanghebbende binnen de vastgoedmarkt, heeft geleid tot diepgaande inzichten die van noodzakelijke aard zijn gebleken en mogelijk over het hoofd zouden kunnen worden gezien in een puur kwantitatieve analyse. Echter, de subjectiviteit van deze methoden kan ook fouten kunnen introduceren, afhankelijk van de perspectieven en ervaringen van de geïnterviewde experts.
- *Analyse van yield-ontwikkelingen:* De kwantitatieve analyse van yield ontwikkelingen biedt een waardevol overzicht van de prestaties van supermarktvastgoed ten opzichte van andere sectoren. Het gebruik van data van CBRE, werelds grootste en vooraanstaande vastgoed consultancy kantoor, geeft de analyse een hoge mate van betrouwbaarheid. Toch moet worden erkend dat de vastgoedmarkt van nature in-transparant is en de data mogelijk niet volledig representatief zijn voor de gehele markt.
- *Externe factoren:* De invloed van externe factoren zoals rentestanden en economische schokken op de yield ontwikkeling is duidelijk aangetoond in dit onderzoek. Het blijft echter een uitdaging

om de precieze impact van deze factoren te isoleren en te kwantificeren, gezien de vele variabelen die tegelijkertijd kunnen spelen.

In toekomstig onderzoek zou een combinatie van uitgebreide kwantitatieve analyses en kwalitatieve methoden, aangevuld met bredere datasets, kunnen helpen om een nog gedetailleerder en nauwkeuriger beeld te krijgen van de factoren die de aanvangsrend

ementen van supermarktlocaties beïnvloeden. Bovendien zou een longitudinale studie die de ontwikkelingen over een langere periode volgt, waardevolle inzichten kunnen bieden in de langetermijneffecten van deze factoren.

6.2 Aanbevelingen

In totaal zijn er drie passende aanbevelingen opgesteld ten behoeve van dit onderzoek. Hieronder staan de aanbevelingen één voor één uitgewerkt:

Aanbeveling 1: Strategische Locatiekeuze en Flexibiliteit in Vastgoed Gebruik

Deze aanbeveling adviseert supermarktketens en hun vastgoedpartners om strategisch te kiezen voor locaties die niet alleen nu maar ook in de toekomst relevant blijven. Dit omvat het kiezen van locaties in groeiende stedelijke gebieden of plaatsen met een stabiele economische ontwikkeling en het ontwerpen van vastgoed dat flexibel kan worden aangepast aan verschillende gebruiksdoeleinden.

Waarom is dit een passende aanbeveling?

De locatie van een supermarkt heeft een directe impact op het succes en het Bruto aanvangsrendement. Door te investeren in locaties met een hoge voetgangersdichtheid of in gebieden met een verwachte bevolkingsgroei, kunnen supermarkten hun langdurige aantrekkelijkheid en rendement veiligstellen. Bovendien kan flexibel vastgoed zich snel aanpassen aan marktveranderingen, wat risico's vermindert.

Implementatie

De implementatie kan beginnen met een grondige marktanalyse om potentiële locaties te identificeren. Investeren in modulair design en multi-use vastgoed kan helpen om het pand aan te passen aan verschillende commerciële doeleinden, waardoor de levensduur van de investering wordt verlengd en de marktvolatiliteit wordt verminderd.

Aanbeveling 2: Strategische investeren in supermarktvastgoed met de juiste huurder

Deze aanbeveling adviseert vastgoedinvesteerdere om strategisch te kiezen voor supermarkt investeringen met de juiste huurder. Gebleken is dat een supermarktlocatie verhuurd aan een Albert Heijn of een Jumbo een solidere investering voor de toekomst is ten opzichte van een goedkopere of met name kleinere keten. Dit bewaakt de investering en met name het Bruto Aanvangsrendement.

Waarom is dit een passende aanbeveling?

De een supermarkthuurder heeft een directe impact op het succes en het Bruto aanvangsrendement. Door te investeren in objecten die verhuurd zijn aan de juiste ketens, blijft de investering interessant en bewaakt het de performance van het Bruto aanvangsrendement.

Literatuurlijst

- Annexum. (2019, juni 12). *Supermarkt trends in harde data*. Opgehaald van <https://www.annexum.nl/nieuws-uit-de-markt/supermarkt-trends-in-harde-data/>
- Annexum. (2021, januari 28). *Nabijheid van supermarkt het belangrijkste voor consument, formule en service minder*. Opgehaald van <https://www.annexum.nl/nieuws/supermarkten/nabijheid-van-supermarkt-het-belangrijkst-voor-consument-formule-en-service-minder/>
- Bawa, K. &. (1999). *A model of Household Grocery Shopping Behavior*.
- C. Gerckens, . (2021). *The path forward "Key trends"*. Mc Kinsey & Company .
- CBRE . (2019). *De toekomst van winkelvastgoed in Nederland*. CBRE Nederland .
- CBRE. (2018). *European Grocery Real Estate Market*. CBRE Research.
- CBRE. (2018-2023, november 2023). *Yieldreeksen*. (Vastgoedmarkten, Uitvoerend artiest) Amsterdam.
- CBRE consultancy. (2023). *(The online future of grocery shopping)*. CBRE Consultancy.
- CBS. (2020, 03 23). Opgehaald van cbs.nl: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2020/13/supermarkten-in-tweede-week-maart-meer-omzet-dan-in-week-voor-kerst>
- CBS. (2021, februari 22). *Nabijheid voorzieningen; afstand locatie, regionale cijfers*. Opgehaald van <https://www.cbs.nl/nl-nl/cijfers/detail/80305ned?q=supermarkten>
- Colliers. (2020). *Retail Market insights*. Colliers.
- Colliers. (2024). *Het veranderd winkellandschap in Nederlandse binnensteden*. Colliers.
- Deloitte Branchegroep Retail. (2020). *Consumentenonderzoek 2020*. Deloitte .
- Doornbos, M. (2016). *De invloed van de positionering van de supermarkt op de waarde van het wijkwinkelcentrum*. Amsterdam .
- Financieel dagblad. (2021, februari 15). Vastgoedbeleggers azen op supermarkten en buurtwinkels.
- Hilligeherken, M. (2023). *De determinanten van de risico-opslag in de rendementseis van*. Amsterdam: Amsterdam School of Real Estate.
- Investeerders.nl. (2020, augustus 25). *Investeren in supermarkten in trek*. Opgehaald van [investeerders.nl: https://www.investeerders.nl/investeren-in-supermarkten-in-trek/](https://www.investeerders.nl/investeren-in-supermarkten-in-trek/)
- Jesse, B. (2022). *Decarbonizing grocery*. McKinsey & Company.
- Locatus . (sd). Opgehaald van <https://locatus.com/>

- Peter van Gool, P. J. (2013). *Onroerend goed als belegging*. The Netherlands: Noordhoff Uitgevers bv Groningen.
- Redman, R. (2020). *Online grocery sales jumped 300% early in pandaemic*. Supermarktnews.com.
- Renner, B. (2019). *The Future of fresh*. Deloitte Insights.
- Swaanen, L. (2020). *De determinanten die de locatiekwaliteit bepalen van de stadssupermarkten*. Amsterdam: MSRE.
- Syntrus . (2020). *De Nederlandse Retailmarkt (outlook 2021 - 2023)*. Syntrus.
- Veld, T. H. (2019). *Beleggen in supermarkten, Determinanten die het BAR bepalen*. Thijs Huis in het Veld.
- Wheaton, W. C., & DiPasquale, D. (1996). *Urban Economics and Real Estate Markets*. Prentice Hall.

Geïnterviewde personen:

Ward van Hoof: Real Estate Advisor bij Retail Capital

David van der Boon: Manager Commercieel Vastgoed Kroonenberg Groep

Anoniem: Anonieme Expansion Manager bij één van de grootste Supermarkthouders van NL

David Willemsen & Teun van der Wind: Investment Relations Manager & Investment Analyst

Wouter van Dooren: Associate Director Capital Markets Retail CBRE

1. Hoe beoordeelt u het huidige Bruto aanvangsrendement voor supermarktlocaties in vergelijking met andere sectoren binnen de retailmarkt?

Ward (Retail Capital)

De tegenwaardige beweging van de markt ten opzichte van vroeger, zie je een toename van de aanvangsrendementen in de binnensteden, waar deze historisch gezien juist heel scherp lagen. In tegenstelling tot deze stijging in de aanvangsrendement, zag je de aanvangsrendementen van supermarktvastgoed en convenience vastgoed sterk afnemen en dus steeds scherper worden. Met name de objecten die verhuurd zijn aan de grote supermarktketens als AH en Jumbo en de goedgelegen wijkwinkelcentra zie je dit uitzonderlijk sterk. Je ziet het weer net iets minder bij een Plus, Lidl of Aldi zie je dat er net wat minder betaald wordt.

David (Kroonenberg Groep):

Je ziet vooral dat supermarkt vastgoed ten opzichte van ander retail vastgoed aanzienlijk stabiel en minder volatiel gebleken is. In de jaren ervoor liep supermarkt vastgoed wat achter, maar heeft zeker in de periode van Covid een enorme boost gekregen, doordat dit een onderdeel bleek te zijn van eerste levensbehoefte waardoor zij altijd open konden blijven, zelfs gedurende een pandemie en zodoende een stabiele assetclass vormde ten opzichte van de bekende overige retail sectoren zoals bijvoorbeeld retail winkels die zich focussen op de kleding/textiel industrie. Deze subsectoren in de retail industrie kregen juist sterk te maken met een neergaande en instabiele markt, waarin zij juist een enorme tik hebben gekregen in deze tijd en daardoor minder stabiel bleken. Ook na de inval van Rusland in Oekraïne, zag je dat de rente enorm toenam, waardoor vrijwel alle aanvangsrendementen stegen, ook hierin zag je dat ondanks deze marktomstandigheden Supermarkt vastgoed minder volatiel en stabiel bleek te zijn dan de overige markten en assetclasses. Ook werden ze niet gematigd in de index verhogingen.

Anoniem:

Vanuit de gebruikersmarkt kant wordt er minder gekeken naar het Bruto aanvangsrendement, omdat wanneer wij een XXX zelf vastgoed acquireert er ook vooral wordt gekeken of de locatie goed is en zal blijven, waardoor het voor de lange termijn een betere investering kan zijn om het vastgoed zelf te acquireren. Uiteraard wordt er dan ook wel enigszins gekeken of de marktwaarde een reële prijs vormt. Maar als we het vanuit een algemene marktsituatie kant bekijken kunnen we wel concluderen dat naar aanleiding van het functioneren van de supermarkten, ondanks de sterke inflatie, de corona pandemie en rente omstandigheden, de supermarkten juiste altijd goed bleven functioneren, wat je ook sterk terug zult zien in de waarde van het vastgoed. Vij al deze economische omstandigheden is juist gebleken dat de consument in zwaardere tijden juist naar de supermarkt trekt en minder naar de horeca of textiel industrie om zijn geld uit te geven bijvoorbeeld.

David (Annexum)

50

MSRE: M. Oltmans

Het Bruto Aanvangsrendement voor supermarktlocaties blijft relatief stabiel, zelfs in vergelijking met andere sectoren binnen de retailmarkt. Met name door de stabiele cashflow en het essentiële karakter van supermarkten, hebben deze locaties minder last van volatiliteit en blijven ze aantrekkelijke beleggingen, zelfs in economisch onzekere tijden.

Wouter van Doorn (CBRE)

De bruto aanvangsrendementen van supermarkt-gedreven en convenience vastgoed hebben de laatste jaren een dalende trend laten zien. Dit in tegenstelling tot de rendementen van bijvoorbeeld high street retail waar de rendementen juist zijn toegenomen de laatste jaren. Een verklaring hiervoor is dat supermarkten en convenience worden gezien als stabiele retailers zijn waar altijd vraag naar is, dit in tegenstelling tot bijvoorbeeld fashion huurders gevestigd aan de hoofdwinkelstraten. Zowel institutionele (binnen- en buitenland) en private investeerders tonen erg veel interesse in dit type vastgoed. Na de stijging van de rente op de kapitaalmarkten zijn de rendementen echter ook voor dit type vastgoed gecorrigeerd en gestabiliseerd. Daarbij zijn beleggers ook zeer selectief geworden als het gaat om dit type vastgoed, met name de full-service supermarkten (Jumbo, Albert Heijn) doen het erg goed en wijkwinkelcentra met een groot aandeel supermarkten >70%.

2. Welke macro-economische trends ziet u als bepalend voor de ontwikkeling van het Bruto Aanvangsrendement in de supermarktsector?

Ward (Retail Capital)

Covid, rente, oorlog, Covid heeft wel bevestigd dat het een stabiele belegging is. Als de koopkracht van de mens het wat zwaarder heeft, blijft men toch naar de supermarkten gaan, in tegenstelling tot kleding kopen, regelmatig uiteten gaan. Dit resulteert in het feit dat de interesse in dit specifieke sub-retail vastgoed hoog blijft.

David (Kroonenberg Groep)

Covid, de oorlog in Oekraïne, de gascrisis en stijgende inflatie hebben een grote rol en hebben behoorlijke impact gehad op de sector. Hierin was wel een sterke zichtbaarheid in het verschil in de sub-sectoren. Waarbij aanzienlijk meer impact op de Retail sector zichtbaar was als het kleding en horeca betreft t.o.v. supermarkt vastgoed. Iedereen ging thuis eten, alles moest dicht behalve supermarkten bijvoorbeeld. Dit resulteert in sterkere interesse vanuit investeerders in supermarkt vastgoed nog interessanter omdat het stabiel en minder risico vol is ten opzichte van ander vastgoed.

Anoniem

De afgelopen 3 jaar hebben we te maken gehad met veel macro-economische gevolgen van Covid, Stijging inflatie als gevolg van onder andere de inval van Rusland in Oekraïne, als de gascrisis. Al deze gevolgen hebben veel impact gehad om het consumentengedrag en daardoor indirect ook op het functioneren van supermarkt vastgoed, waarin duidelijk werd hoe stabiel en belangrijk de supermarkten zijn.

David (Annexum)

Belangrijke macro-economische trends die het Bruto Aanvangsrendement in de supermarktsector beïnvloeden zijn onder andere Covid, renteschommelingen, geopolitieke conflicten en inflatie. Ondanks deze uitdagingen

blijft supermarktvastgoed over het algemeen stabiel en minder volatiel dan andere sectoren binnen de retailmarkt.

Wouter (CBRE)

Covid-19, oorlogen (Oekraïne, Israël), inflatie en stijgende rentes hebben een bepalende uitwerking gehad op deze sector. Covid-19 heeft bewezen dat supermarkten een stabiele belegging betreft. Ondanks inflatie blijven supermarkten het goed doen, aangezien men simpelweg toch moet eten. Er wordt dan eerder bespaard op uitgaven in de woning, kleding en horeca. Echter hebben de overige factoren (oorlogen, stijgende rentes) laten zien dat beleggers ook selectiever zijn geworden binnen deze branche. Door de hogere rentes zijn de rendementen ook gecorrigeerd en gestabiliseerd voor dit type vastgoed, echter niet zo hard als voor andere subsectoren binnen winkelvastgoed.

3. In hoeverre beïnvloedt de locatie van een supermarkt het Bruto Aanvangsrendement, en welke locatie specifieke factoren zijn het meest invloedrijk voor u?

Ward (Retail Capital)

Heel erg, in de randstad zien we toch zeker wel dat hier het meest wordt betaald voor supermarktvastgoed, met opvolgend de goede wijkwinkelcentra, met name de wijkwinkelcentra die goede supermarktketens hebben met goedlopende aanverwante retail. Mindere gebieden zie je de grote supermarktketens ook minder zitten, daar loop je snel tegen een Plus, Lidl of Aldi. Het is heel erg belangrijk dat er bijvoorbeeld een discounter bij een full service supermarkt zit, zoals een Kruidvat, en er moet niet te veel concurrerende supermarktketens in een full service gebied zitten. Maar dit houdt ook in de er bijvoorbeeld goede locaties in Friesland zijn, in bijvoorbeeld Heereveen. Recent is er nog een transactie in Friesland gerealiseerd waarbij een Jumbo nog onder 4% bruto aanvangsrendement werd betaald.

David (Kroonenberg Groep)

Voor ons zijn demografische factoren, zoals in welke stad, de grootte van de stad hele belangrijke factoren om te bepalen of het aansluit in onze portefeuille strategie en of wij geloven in het functioneren van het gebied. Dit is bijvoorbeeld ook een belangrijke reden geweest dat we bewust de kleine supermarkten buiten de grote steden afscheid van hebben genomen, omdat wij kijken naar grote stedelijke gebieden waar ook wordt gekeken door ons naar overige bestemmingen en toekomstbestemmingsmogelijkheden, zodat we ook de mogelijkheden hebben om te kunnen wijzigen van functie, wat een belangrijke factor speelt voor ons in het risico profiel. En de beperkingen in de omgeving, zijn voor ons belangrijk. Het omliggende winkelgebied of niet. Wij investeren het liefst in een complementair winkelgebied.

Anoniem

Voor ons is een locatie uiteraard een belangrijke factor om te kijken naar omzetverwachtingen. Een dichtbevolkt gebied, bijvoorbeeld in veel delen van Amsterdam, hebben wij uiteraard graag een groot marktaandeel. In een aantal straten zitten wij met meerdere filialen. Uiteraard zijn deze factoren sterk afhankelijk van de stad, dorp en vooral bevolking wat zich uiteraard uit in consumenten. Een locatie waar de meeste grote ketens willen vestigen, omdat daar veel consumenten zitten, is uiteraard meer waard. Dus is dit ook een belangrijke factor op de aanvangsrendementen.

David (Annexum)

De locatie van een supermarkt is cruciaal voor het Bruto Aanvangsrendement. Voor ons zijn demografische factoren zoals bevolkingsgrootte en samenstelling, en de nabijheid van complementaire winkels en

voorzieningen essentieel. We richten ons voornamelijk op grote stedelijke gebieden waar we de potentie zien voor groei en stabiele inkomsten, maar gebieden buiten deze stedelijke gebieden vinden we ook interessant afhankelijk van de hoeveelheid concurrentie in dat gebied.

Wouter (CBRE)

Locatie is van groot belang. Investeerders, zowel institutioneel als privaat kijken naar zeer kritisch naar de locatie. Hierbij wordt er voornamelijk gekeken naar demografische factoren zoals is het een groeigemeente, jaarlijks besteedbaar inkomen, inwonersmix etc. De randstad scoort hier vanzelfsprekend over het algemeen goed in. Maar dit wil niet zeggen dat supermarkten in bijvoorbeeld dorpen/steden in Noord-Brabant of Friesland en Groningen niet voor een scherp rendement kunnen gaan.

Daarnaast wordt er gekeken naar concurrerende supermarkten in de omgeving en het aantal m² supermarkt per inwoner. Als deze bijvoorbeeld heel hoog is dan zou je kunnen zeggen dat er een overkill is aan supermarkten in de desbetreffende locatie, wat dan ook weer zijn neerslag heeft op het rendement van de desbetreffende supermarkt.

4. Hoe beïnvloed consumentengedrag en de verschuiving naar online winkelen het Bruto Aanvangsrendement van supermarktlocaties?

Ward (Retail Capital)

Wat wij zien is dat een groot deel van de consumenten uiteindelijk toch echt blijft hangen in het fysiek winkelen, waardoor de invloed er wel is, maar redelijk beperkt blijft. Omdat het merendeel toch bijvoorbeeld graag fysiek hun groente en fruit willen halen. Dus het neemt een deel van de omzet weg, maar de impact moet niet overschat worden.

David (Kroonenberg Groep)

Het bruto aanvangsrendement is eigenlijk het gevolg van de huurprijs die betaald wordt en de zekerheid van huurders en consumenten, supermarkt ketens maken een berekening op basis van onder andere de hoeveelheid inwoners, demografische ligging en kijken naar de directe omliggende winkels en omgeving en de afstand tot andere supermarkten, als die berekening veranderd doordat mensen meer online gaan winkelen, denk ik dat het vooral invloed heeft op de huurprijs, niet zo zeer op het brutoaanvangsrendement. Maar als er minder mensen komen winkelen, dan drukt dat de huurprijzen voornamelijk, als die huurprijzen niet snel aangepast kunnen worden, zou het impact kunnen hebben op het aanvangsrendement omdat bij het uitlopen van de huurovereenkomst dan toch een correctie plaats zal vinden.

Anoniem

Voor ons als XXX weegt het een redelijk tegen het ander af, want mocht het invloed hebben op fysieke winkels bijvoorbeeld, dan kan het invloed hebben op de hoeveelheid consumenten, wat impact heeft op de omzet en wat uiteindelijk zou kunnen resulteren in het feit dat niet elke huurprijs meer betaald kan worden, echter zien wij dan vaak dat deze zelfde consument dan wel nog via onze online kanalen inkoop. Exacte cijfers kunnen wij hier niet van geven. Maar uiteindelijk blijven we zeker is de steden zien dat hier fysiek winkelen voortdurend zal blijven. In the end verwachten wij dit overal.

David (Annexum)

Hoewel de opkomst van online winkelen een uitdaging vormt, blijft fysiek winkelen belangrijk, vooral voor dagelijkse boodschappen. Het Bruto Aanvangsrendement kan worden beïnvloed door een afname van het

aantal fysieke klanten, wat kan leiden tot lagere huurprijzen. Echter, supermarkten die investeren in online platforms en een naadloze winkelervaring bieden, kunnen deze trend tegengaan.

Wouter (CBRE)

Voor supermarktlocaties is de impact van de verschuiving naar online winkelen beperkt. De meeste mensen doen hun boodschappen nog steeds fysiek in de supermarkt en niet online, daarom heeft een beperkte doorwerking voor de supermarktlocaties en de rendementen. Dit in tegenstelling tot bijvoorbeeld fashion retailers in de hoofdwinkelstraten.

5. Wat zijn de grootste risico's en uitdagingen voor investeren in supermarktvastgoed vanuit het Bruto Aanvangsrendement perspectief?

Ward (Retail Capital)

Als we echt kijken naar eventuele risico's en gevaren, dienen we vooral te kijken naar nieuwe concurrerende supermarkten die zich vestigen in de nabije omgeving, waardoor verschuiving van de consument naar een andere keten zouden kunnen ontstaan. Tegenwoordig zien wij wel is concurrentie erbij komen in de buurt van weilanden eromheen, waardoor het aanbod ineens een stuk groter wordt voor een relatief klein bedieningsgebied, dit is vaak gevolg van ontbrekent zich van de gemeentes op de behoefte aan nieuwe supermarkten en het meer vanuit een gebiedsvisie bekijken. Ook hebben we te maken met Binnenstedelijke kleinere locaties die door de locatie niet voldoende functioneert, dicht gaan, of situaties waarbij te veel concurrentie is, of krimpgebieden.

David (Kroonenberg Groep)

Een van de risico's is denken wij toch wel de pricing die de afgelopen jaren flink is gestegen, als gevolg van het goed functioneren. Vaak worden dit soort investering geleveraged, door middel van een deel van de investering te laten financieren. Het is dan wel zaak dat de rente op een bepaald niveau blijft, zodat je niet straks meer rente dient te betalen, dan het uiteindelijk rendement wat je uit de investering haalt. Als de rente namelijk een stuk hoger ligt dan het rendement, zullen investeerders wegblijven, als je dan als investeerder vast zit aan een te hoge rente ten opzichte van het rendement, kan je in de problemen komen. Ook zien wij risico's in te veel concurrentie in de nabij omgeving. Maar al met al, als de locatie goed is, dan zijn de risico's redelijk beperkt doordat het zo een schaars product is en een gebruiker een goede keten is, zullen ze niet snel failliet gaan.

Anoniem

Voor ons liggen de uitdagingen vooral in de hoeveelheid bewoners, potentiële gebieden die bijvoorbeeld veel minder functioneren dan voorspelt en concurrentie. Dat zijn factoren die onder andere bepalen of een winkel goed zal functioneren of niet. Dit zorgt uiteindelijk waarschijnlijk ook voor de investeerders belangrijke totaal factoren, want indien een supermarkt niet functioneert, is de waarde ook ondermaats.

David (Annexum)

Enkele van de grootste risico's zijn concurrentie van nieuwe supermarkten in de buurt, krimpgebieden en te veel concurrentie in een bepaald gebied. Deze factoren kunnen leiden tot lagere omzetten en uiteindelijk tot lagere huurprijzen, wat het Bruto Aanvangsrendement aantast. Grote renteschommelingen hebben ook effect op het Bruto Aanvangsrendement van investeerders. Gaat de rente bijvoorbeeld flink omhoog dan zal het

Bruto Aanvangsrendement vanzelfsprekend ook omhoog moeten om de investering rendabel genoeg te houden.

Wouter (CBRE)

Vanuit bruto aanvangsrendement perspectief gezien is de financiering van dergelijke proposities een uitdaging/risico. Wanneer je bijvoorbeeld in de tijd hebt gekocht dat rentes nog heel laag waren en de prijzen voor supermarkten in die tijd relatief hoog en je moet bijvoorbeeld herfinancieren, dan kan het dus zo zijn dat je niet uitkomt met het nieuwe rentepercentage en het rendement op je supermarktbelegging. Daarbij geldt ook nog eens dat in de huidige markt, met hogere rentes, de factoren voor supermarkten gecorrigeerd en gestabiliseerd zijn, dus bij een eventuele verkoop zou het ook kunnen zijn dat je niet dezelfde prijs maakt als waarvoor je het hebt aangekocht.

6. Hoe ziet u de toekomstige ontwikkeling van het Bruto Aanvangsrendement voor supermarktlocaties, gezien de huidige marktdynamiek en economische indicatoren?

Ward (Retail Capital)

Op dit moment is er een gebrek aan aanbod van goede supermarkten, recent is er een in Wassenaar, wat relatief een klein dorp is en ook in Nijmegen een supermarkt verkocht, maar ze zijn extreem schaars, waardoor er relatief scherp wordt betaald. Omdat er vrij beperkte hoeveelheid transacties plaatsvinden. Wat je met name ziet is dat in de kleinere gebieden wel vaak particulieren actief zijn en die kopen all equity (volledig eigen geld), dan zit je wel vaak onder de factor 20x de huur, met name omdat ze anders te weinig rendement pakken. De transacties in Wassenaar, Nijmegen en Breda, lagen allemaal rond de 5,8% Bruto aanvangsrendement. Fondsen bouwers en instituten focussen zich ook steeds, meer op supermarkten en convenience.

David (Kroonenberg Groep)

Ze zijn een aantal jaar flink gestegen qua waarde, wat wij sterk terug zagen in de portefeuille taxaties. De afgelopen twee jaar is het vrij stabiel gebleven, in tegenstelling tot de andere retail objecten. Mogelijk als de rente weer wat gaat dalen, zal verwachten wij wel dat het Bruto aanvangsrendement weer wat gaan dalen, aangezien het een schaars en goed functionerend product betreft. Maar gezien de huidige marktindicatoren en de en concurrerende asset classes, verwacht ik dat het vrij stabiel blijft.

Anoniem

Zoals eerder aangegeven zien wij dat de supermarkten gewoon heel goed functioneren, op een aantal krimplocaties na. XXX blijft nog steeds nieuwe winkels openen en af en toe doen we ook wel is een winkel weg, waar bijvoorbeeld door het consumentengedrag beter een Aldi of LIDL zou kunnen passen. Om beter jullie vraag te beantwoorden, denken wij dat door het goed functioneren van de supermarkten op met name de top locaties, zodra de inflatie en rente weer zal dalen, nog scherper aangekocht zullen worden.

David (Annexum)

Ondanks enige onzekerheid door economische trends en veranderingen in consumentengedrag, zien we een stabiele toekomst voor het Bruto Aanvangsrendement van supermarktlocaties. Investeerdere blijven geïnteresseerd vanwege de stabiele cashflow en de essentiële aard van supermarkten. Zodra de rente weer zal dalen, verwachten wij dat het Bruto Aanvangsrendement ook mee zal bewegen en dus investeerdere bereid zijn meer te betalen.

Wouter (CBRE)

De gekte voor supermarktvastgoed is wel redelijk voorbij. Dit komt met name door de hogere rentes. Hierdoor zijn investeerders kritisch geworden. Waar je 1.5 jaar geleden nog zag dat supermarkten in Wolvega en Harlingen verkocht werden voor een factor van 23-24x en dit waren niet eens per se echte 'winnaars'. In de tijd van de lagere rentes zag je sowieso veel supermarkten voor rond de 20x gaan. Tegenwoordig zie je dat er voor sterke supermarkten niet meer dan 18-19x betaald wordt. Een verdere daling zien wij niet echt gebeuren, aangezien er nog steeds heel veel vraag is naar supermarktgedreven vastgoed en relatief weinig aanbod.

7. Kunnen innovaties in supermarkten, zoals duurzaamheidsinitiatieven of technologische upgrades, het Bruto Aanvangsrendement volgens u beïnvloeden? Zo ja, kunt u daar wat meer toelichting en visie op geven?

Ward (Retail Capital)

Ja, innovaties zoals duurzaamheidsinitiatieven en technologische upgrades kunnen het Bruto Aanvangsrendement van supermarkten positief beïnvloeden. Energiezuinige maatregelen zoals zonnepanelen verminderen operationele kosten en spreken duurzaamheidsbewuste investeerders aan, omdat dit een steeds belangrijker onderdeel is. Daarnaast kunnen technologische verbeteringen zoals een efficiëntere lay-out en zelfscan-kassa's de winkelervaring verbeteren, wat hogere omzetten en klanttevredenheid kan opleveren. Deze verbeteringen verhogen de waarde van de supermarktlocatie, wat resulteert in een scherper BAR voor investeerders. Het blijft dus cruciaal voor supermarkeigenaren en investeerders om in deze innovaties te blijven investeren voor een concurrerend rendement.

David (Kroonenberg Groep)

Innovatie heeft een belangrijke invloed op de waarde van een supermarkt. Achterblijven bij innovatie kan de waarde verminderen, terwijl actieve deelname, zoals met pick-up diensten of zelfscan-kassa's, deze kan verhogen. Door deze innovaties wordt de supermarkt multifunctioneler en aantrekkelijker voor klanten, zeker wanneer ze aansluiten bij online platforms zoals bol.com. Het is essentieel voor supermarkten om hun aanbod te blijven evalueren op basis van data-analyse om klanttevredenheid en omzet te verhogen. Kortom, proactief innoveren en data-gedreven optimalisatie zijn cruciaal voor het maximaliseren van de waarde en concurrentiepositie van een supermarkt.

Anoniem

Innovaties zijn in ieder geval voor de operatie en voor het blijven meedoen met de markt heel belangrijk. Zoals de bekende Zelf-scan kassa, zijn er nog veel meer verschillende innovaties waar wij ons dagelijks mee bezig houden. We hebben onder andere een innovatie afdeling, waar we zowel met duurzaamheid, als met klanttevredenheid, als met verbetering bezig zijn, ieder verschillende afdelingen en specialisten. Waardoor de operatie uiteindelijk ook goed loopt. Uiteindelijk denk ik dat je je hiermee als marktleider mee moet blijven onderscheiden, waardoor ook de pandeigenaren liever de Albert Heijn bijvoorbeeld heeft dan een Jumbo, of Aldi. Dit kan uiteindelijk ook weer invloed op de waarde van het vastgoed hebben, waardoor investeerders dus liever een AH willen als huurder, dan een andere keten.

David (Annexum)

Zeker, innovaties zoals duurzaamheidsinitiatieven en technologische upgrades kunnen het Bruto Aanvangsrendement van supermarkten positief beïnvloeden. Energiezuinige maatregelen verminderen operationele kosten, terwijl technologische verbeteringen zoals zelfscan-kassa's de winkelervaring verbeteren, wat hogere omzetten en klanttevredenheid kan opleveren.

Wouter (CBRE)

Investeerders, zowel privaat als institutioneel, vinden duurzaamheid steeds belangrijker. Wanneer je bijvoorbeeld een gloednieuwe, energiezuinige/neutrale supermarkt hebt dan zijn partijen eerder bereid om daar scherpe rendementen voor te betalen dan bijvoorbeeld een oude energie onzuinige supermarkt. Verder kunnen aanpassingen in de supermarkt zoals zelfscankassa's, pick-up points etc. ook meer klanten trekken / efficiënter te werk gaan, dit kan uiteindelijk resulteren in hogere omzetten, wat ook een invloed heeft op de rendementen.

8. Welke strategieën zouden supermarkten en investeerders kunnen overwegen om het Bruto Aanvangsrendement te optimaliseren/verscherpen in het huidige economische klimaat?

Ward (Retail Capital)

Het succes van supermarkten hangt af van het productaanbod en het up-to-date houden van de formule, zoals met zelfscan-kassa's en overige innovaties. Investeerders focussen op duurzaamheid en het verbeteren van het omliggende aanbod, zoals het complementeren met nabijgelegen winkels, zoals een goede visboer, een goede slager. Samen zorgen deze factoren voor het maximaliseren van rendementen en het succes in een concurrerende markt.

David (Kroonenberg Groep)

Beleggers in vastgoed streven naar stabiele inkomsten en minimaliseren risico's door langdurige huurovereenkomsten te sluiten. Deze verminderen leegstand en verhogen de waarde van het vastgoed. Ze zijn ook bereid meer te betalen voor vastgoed met een laag risicoprofiel en stabiele huurinkomsten. Bovendien is investeren in innovaties zoals duurzaamheid en technologie belangrijk voor beleggers om operationele efficiëntie en marktwaarde te verbeteren. Samengevat, door risicobeperking en innovatie kunnen beleggers de waarde en rendementen van hun vastgoedinvesteringen verhogen.

Anoniem

Als supermarktondernemer is het essentieel om te investeren in innovaties, zoals geavanceerde kassasystemen en online bestelmogelijkheden, om concurrerend te blijven en operationele kosten te verlagen. Het optimaliseren van de gehele keten, van inkoop tot distributie, en het verbeteren van leveranciersrelaties zijn cruciaal voor een consistente klantbeleving. Daarnaast speelt duurzaamheid een steeds grotere rol; investeren in energiezuinige apparatuur en lokale sourcing kan kosten besparen en het merkimage verbeteren. Tot slot is een strategische locatiekeuze van de supermarkt belangrijk voor het maximaliseren van omzet en winstgevendheid, wat het aanvangsrendement voor beleggers verhoogt.

David (Annexum)

Supermarkten en investeerders zouden moeten overwegen te investeren in innovaties, zoals geavanceerde kassasystemen en online bestelmogelijkheden, om concurrerend te blijven en operationele kosten te verlagen. Het optimaliseren van de gehele keten, van inkoop tot distributie, en het verbeteren van leveranciersrelaties

zijn cruciaal voor een consistente klantbeleving. Beleggers daarnaast willen zekerheid hebben, die wordt mede gecreëerd door lange looptijden van de huurcontracten.

Wouter (CBRE)

Belangrijke factoren zijn gezonde huurprijzen per m², lange looptijden, full-service aanbod. Wanneer de risico's geminimaliseerd worden zijn investeerders eerder bereid om scherpe rendementen te betalen. Daarnaast spelen factoren zoals duurzaamheid, technologie etc. een rol, echter zullen de eerder genoemde factoren wel zwaarder worden meegenomen door investeerders.

9. Hoe verhoudt het Bruto Aanvangsrendement van supermarktlocaties zich tot aanvangsrendementen in andere vastgoedsectoren, zoals logistiek of residentieel vastgoed?

Ward (Retail Capital)

Het Bruto Aanvangsrendement van supermarktlocaties is over het algemeen stabiel en minder volatiel, wat aantrekkelijke rendementen voor beleggers biedt. In vergelijking met logistiek en residentieel vastgoed kunnen supermarkten vergelijkbare of zelfs betere bruto aanvangsrendementen tonen door langdurige huurovereenkomsten en een stabiele cashflow en het tegenwoordige bewijs hoe het functioneert gedurende impactvolle macro economische situaties. Hoewel residentieel vastgoed traditioneel als veiliger werd gezien, bieden supermarkten een concurrerende stabiliteit en rendement, waar de belegger nu liever in investeert. De groeiende interesse van beleggers, inclusief fondsen en particulieren die voorheen in woningen investeerden, heeft geleid tot een toenemende concurrentie in de supermarktsector.

David (Kroonenberg Groep)

We zien een groeiende belangstelling van verschillende soorten beleggers voor supermarktvastgoed. Fondsen die zich specifiek richten op deze sector nemen toe, terwijl ook particuliere investeerders, die voorheen in woningen investeerden, de overstap maken naar supermarkten vanwege hun stabiliteit en lagere volatiliteit.

Deze stabiliteit vertaalt zich inderdaad naar een lager rendement in vergelijking met andere vastgoedsectoren. Echter, het relatief lage risico van supermarktvastgoed heeft geleid tot veel minder afwaarderingen in vergelijking met alternatieve sectoren. Waar andere sectoren meer schommelingen en uitschieters vertonen, stabiliseert supermarktvastgoed zich doorgaans beter, wat bijdraagt aan een meer voorspelbare en stabiele vastgoed investering.

Met name supermarktlocaties gelegen in wijkwinkelcentra en grote steden worden als zeer aantrekkelijk beschouwd vanwege hun potentieel voor stabiele inkomsten en groei. Deze locaties trekken zowel lokale als internationale beleggers aan die op zoek zijn naar een betrouwbaar rendement in een markt die steeds meer waardering krijgt voor de stabiliteit en betrouwbaarheid van supermarktvastgoed.

Anoniem

Wij houden ons voornamelijk bezig met supermarktvastgoed voor ons zelf, uiteraard hebben wij ook grote DC's in gebruik, waarbij wij ook hebben gezien dat de afgelopen jaren de focus op Logistiek vastgoed door beleggers

erg toenam, net als de interesse in supermarktvastgoed. Maar hier kunnen wij niet een al te diepgaand en gedetailleerd antwoord op formuleren.

David (Annexum)

Het Bruto Aanvangsrendement van supermarktlocaties is over het algemeen vergelijkbaar of zelfs beter dan dat van andere vastgoedsectoren zoals logistiek of residentieel vastgoed. Ondanks soms lagere rendementen, zijn onze supermarktfondsen over de lange termijn onze meest stabiele belegging gebleken. Onze supermarktfondsen zijn ook het minst gevoelig gebleken voor de grote hypotheekrente-veranderingen afgelopen jaren.

Wouter (CBRE)

De rendementen van supermarktlocaties zijn de laatste jaren relatief stabiel (iets gecorrigeerd na de hogere rentes). Investeerders zijn bereid om scherpe rendementen te betalen voor dergelijk product. Dit komt overeen met andere sectoren zoals residentieel en logistiek. Wel kan gesteld worden dat de rendementen van supermarktvastgoed minder volatiel zijn dan in andere sectoren. Daarnaast zijn investeerders niet zo happig op residentieel vastgoed op dit moment door de onzekerheid op deze markt (gezien de onduidelijkheden over de nieuwe wetgeving).

10. Hoe beïnvloeden demografische veranderingen en de ontwikkeling van stedelijke gebieden het Bruto Aanvangsrendement van supermarktlocaties?

Ward (Retail Capital)

Beleggers en supermarkthouders zijn steeds kritischer in hun locatiekeuze voor nieuwe vestigingen, zowel in gevestigde als opkomende gebieden zoals krimpgebieden en nieuwbouwwijken. Ondanks dat de omzetten in deze gebieden aanvankelijk wellicht niet overtuigend zijn, groeit het vertrouwen in hun potentieel, gesteund door demografische en infrastructurele ontwikkelingen. Deze toenemende interesse heeft geleid tot een scherpe concurrentie onder beleggers, wat resulteert in strakkere aanvangsrendementen voor supermarktlocaties met groeipotentieel. Kortom, ondanks initiële uitdagingen zien beleggers en supermarkthouders de langetermijnvoordelen van investeren in opkomende en groeigebieden, wat het vertrouwen in de toekomstige waarde van deze supermarktlocaties versterkt.

David (Kroonenberg Groep)

De locatie van een supermarkt is essentieel voor het risico en rendement van een investering. In krimpende gebieden zoals delen van Noord-Groningen kan een dalende bevolking en verminderde economische activiteit leiden tot lagere omzetten en hogere risico's op leegstand, wat de waarde van het vastgoed vermindert. Daarentegen kunnen opkomende gebieden zoals Weesp, met grootschalige woningbouwontwikkelingen, de vraag naar supermarktdiensten en de waarde van het vastgoed verhogen door een groeiende bevolking en verbeterde infrastructuur. Hierdoor kan de locatie in opkomende gebieden het risico verlagen en het rendement verhogen door hogere omzetten en waardeontwikkeling.

Anoniem

Voor ons is locatie cruciaal bij het beoordelen van supermarktinvesteringen. We kijken naar bestaande, opkomende en nieuwbouwgebieden om te bepalen waar we kunnen optimaliseren of uitbreiden. In bestaande gebieden analyseren we marktdynamiek en consumentengedrag voor mogelijke verbeteringen, zoals lay-outaanpassingen of technologische upgrades. In groeigebieden met bevolkings- of economische groei zoeken we naar kansen voor uitbreiding en marktpenetratie. Nieuwbouwgebieden bieden kansen voor het ontwikkelen van op maat gemaakte supermarktconcepten. In krimpgebieden evalueren we of we onze activiteiten moeten herzien of afstoten vanwege verminderde vraag en winstgevendheid. Onze strategische focus op locatie stelt ons in staat om kansen te identificeren en uitdagingen proactief aan te pakken.

David (Annexum)

Demografische veranderingen en de ontwikkeling van stedelijke gebieden hebben een grote invloed op het Bruto Aanvangsrendement van supermarktlocaties. In krimpende gebieden kan een dalende bevolking en verminderde economische activiteit leiden tot lagere omzetten en hogere risico's op leegstand, wat de waarde van het vastgoed vermindert. Daarentegen kunnen opkomende gebieden met grootschalige woningbouwontwikkelingen de vraag naar supermarktdiensten vergroten en de waarde van het vastgoed verhogen.

Wouter (CBRE)

Demografische veranderingen kunnen een impact hebben op de rendementen. Dit zal vooral in gebieden zijn met veel vergrijzing en/of krimpregio's. Hier zullen de rendementen iets hoger kunnen zijn dan voorheen. In de stedelijke gebieden en groeiregio's kan dit dan juist weer het omgekeerde effect tonen, waarbij de rendementen juist iets scherper worden. Kortom, wanneer supermarkten in groeigebieden gelegen zijn met voldoende koopkracht en sterk toekomstperspectief dan zullen de rendementen scherp blijven. Voor supermarkten in krimpregio's met dalende koopkrachtcijfers, zal het omgekeerde effect zichtbaar kunnen zijn. Beleggers zijn zeer kritisch in het analyseren van de demografische factoren, niet iedere supermarkt is immers een winnaar.

Elke vraag is voortgekomen uit de geanalyseerde data en de theorieën die de interacties binnen de supermarktsector en de vastgoedmarkt weergeven. Deze vragen zijn opgesteld om de discussie verder te verdiepen en om aanvullende perspectieven te bieden op de factoren die het BAR beïnvloeden, zoals macro-economische trends, consumentengedrag, locatie-specifieke kenmerken, en de impact van digitalisering.