

Verduurzaming van winkels in Nederland

augustus 2021

Colliers



Weinig haast bij eigenaren om winkels te verduurzamen

In het Parijsakkoord van 2016 spraken 174 wereldleiders af om de temperatuurstijging te beperken tot ruim onder de twee graden Celsius. Het verlagen van de wereldwijde CO₂-uitstoot speelt hierin een belangrijke rol. Voor Nederland betekent dit een daling van 49% voor 2030 en 95% voor 2050 ten opzichte van 1990. Omdat de gebouwde omgeving goed is voor ongeveer 30% van de landelijke uitstoot is grootschalige verduurzaming van het vastgoed essentieel.

De manier waarop de verduurzaming wordt gestimuleerd, is niet voor elk soort gebouw hetzelfde. Voor kantoren is vanaf 2023 een energielabel C of beter verplicht, anders dreigt sluiting. Uit eerder onderzoek bleek dat 48% van de kantoren nog geen label heeft. Er ligt dus een grote uitdaging voor de komende anderhalf jaar, terwijl het pas de eerste horde is in de duurzaamheidstransitie van het Nederlandse vastgoed.

Voor winkels is nog geen wetgeving aangekondigd, terwijl ook daar grote winst te behalen is. Hoe duurzaam is winkelvastgoed? Hoe staat het met de energielabels? Hoeveel energie verbruikt deze sector? En hoe kijken belangrijke spelers naar de verduurzamingsuitdaging? Om deze vragen te beantwoorden, spraken we onder andere met negentien vastgoedinvesteerdere die samen 2,85 miljoen vierkante meter winkelruimte in bezit hebben. Dat is ruim 15% van de commerciële winkelmarkt.

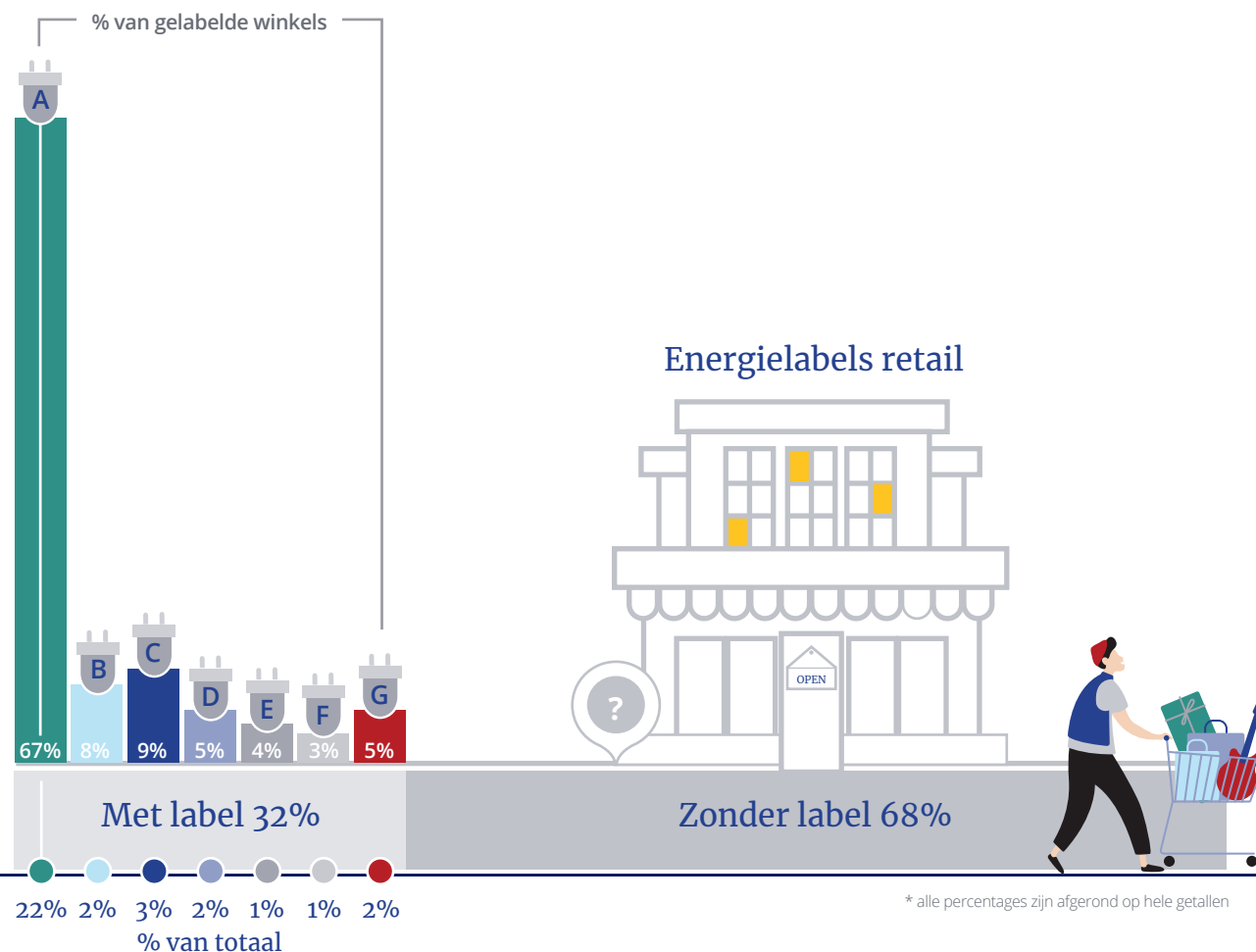
- Twee derde van de winkelloppervlakte heeft geen energielabel
- Energieverbruik van winkels moet meer dan halveren voor 2050
- Institutionele beleggers nemen voortouw, private equity en particuliere eigenaren zijn afwachtend
- Regelgeving is nodig om eigenaren en winkeliers in beweging te krijgen



Energielabels geen gemeengoed

Met uitzondering van monumenten mag een winkel alleen worden verhuurd of verkocht als er een energielabel aanwezig is. Het is daarom opvallend dat maar liefst 68% van de winkelruimte nog helemaal geen label heeft. Het gaat om meer dan 27 miljoen vierkante meter, vergelijkbaar met 4.000 voetbalvelden. Hier vallen ook Rijksmonumenten onder, alleen is dat slechts 1,1 miljoen vierkante meter. Dat is geen verklaring voor het grote aantal ontbrekende energielabels.

Wanneer voor elke niet gelabelde winkel een energielabel zou worden aangevraagd, krijgt iets minder dan een kwart van het oppervlak energielabel C of beter. Dit schatten we in op basis van gegevens van Energieonderzoek Centrum Nederland. Ter vergelijking: voor de kantorenmarkt geldt dat voor ongeveer de helft van de niet gelabelde kantoorruimte. Winkels waarvoor wel een energielabel is aangevraagd, scoren vaak direct goed. Zo heeft 67% van de gelabelde winkels energielabel A, de rest heeft een energielabel van B tot en met G.

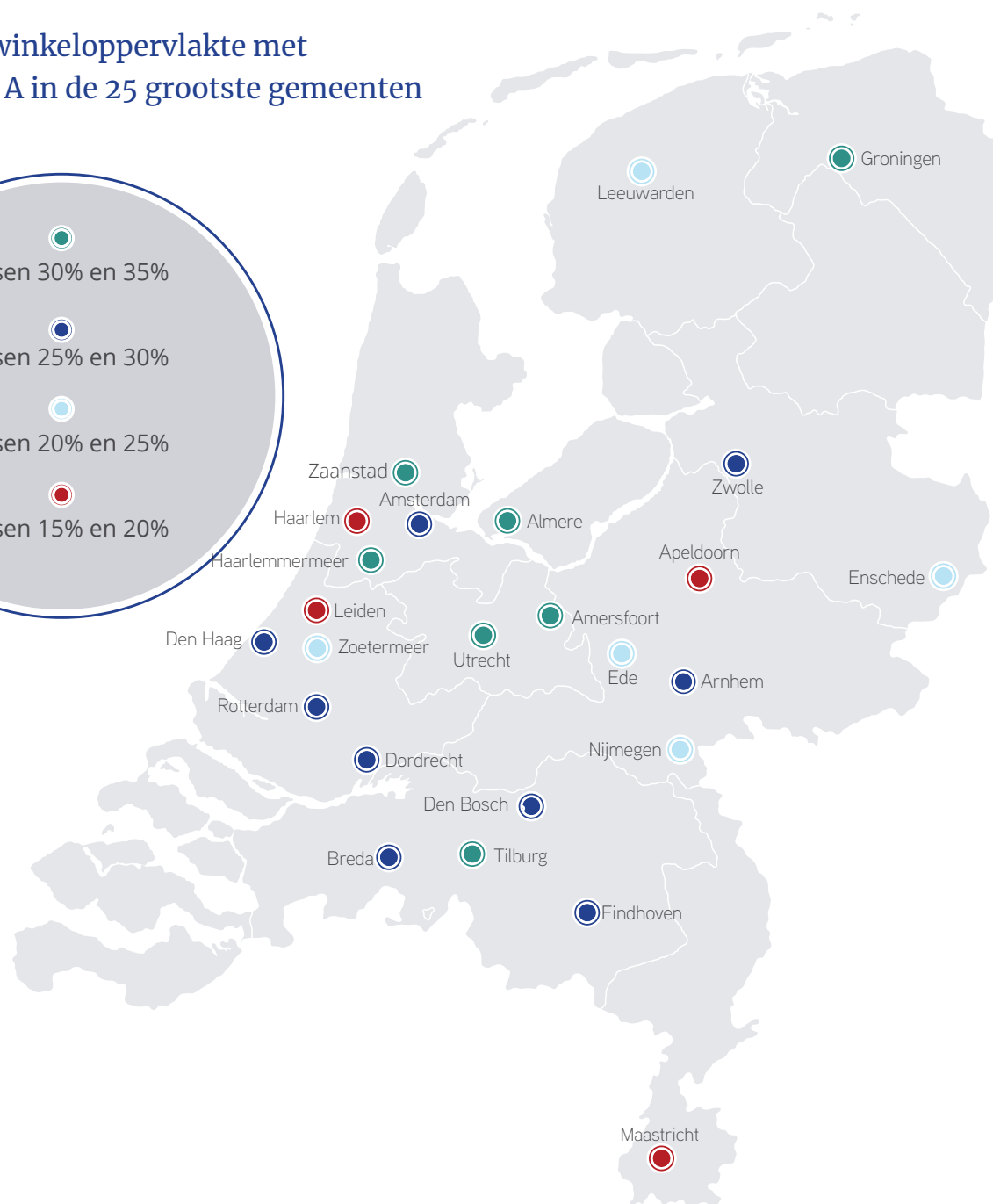
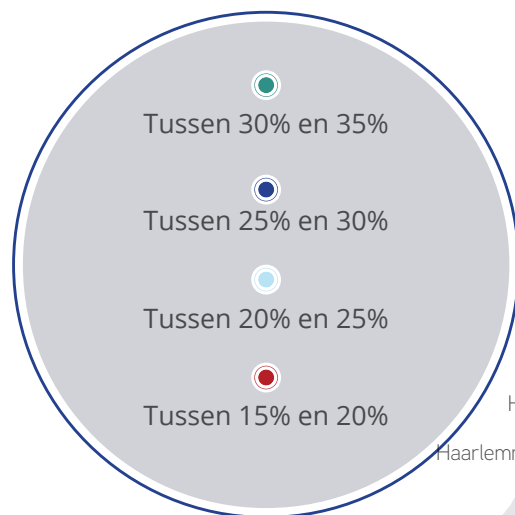


Verschillen tussen locaties

In perifere winkelgebieden zoals woonboulevards zijn de meeste winkels te vinden met een A-label. Vaak gaat het om grote winkelvloeren, waardoor ongeveer 37% een goed label heeft. In buurt-, wijk- en stadsdeelcentra geldt dit voor 31%. Centrumlocaties komen uit op 21%. Deze verschillen zijn te herleiden tot het gemiddelde bouwjaar van deze verschillende gebieden. Nederlandse binnensteden hebben vaak veel kleine winkels in historische gebouwen die moeilijk te verduurzamen zijn naar energielabel A.

Deze slag is eenvoudiger te maken voor de vaak grotere, nieuwere winkels buiten het centrum. Dit verklaart voor een groot deel de verschillen tussen de duurzaamheidsprestaties van gemeenten. Grote steden doen het over het algemeen beter, omdat ze niet alleen een centraal winkelgebied hebben, maar ook andere type winkelgebieden. In de 25 grootste gemeenten heeft 26% van het winkelloppervlak een energielabel A. In middelgrote gemeenten met 30.000 tot 80.000 inwoners gaat het om 20% en kleinere gemeenten zijn met 16% hekkensluiter.

Percentage winkeloppervlakte met energielabel A in de 25 grootste gemeenten



Hoogste percentage winkels met label A

Zaanstad	33%
Utrecht	33%
Haarlemmermeer	32%
Amersfoort	32%
Tilburg	31%
Groningen	31%
Almere	31%
Breda	28%
Rotterdam	27%
Dordrecht	26%
Amsterdam	26%
Zwolle	25%
Eindhoven	25%
Arnhem	25%
Den Haag	25%
Den Bosch	25%
Leeuwarden	24%
Enschede	24%
Nijmegen	23%
Ede	22%
Zoetermeer	22%
Apeldoorn	18%
Leiden	17%
Maastricht	15%
Haarlem	15%

Laagste percentage winkels met label A



Zaanstad en Utrecht scoren goed

Zaanstad en Utrecht voeren de energielabel A-lijst aan met 33% van de winkelloppervlakte. Vooral grootschalige herontwikkelingen en gebiedsontwikkelingen dragen hier aan bij. In Zaanstad is het stadshart de afgelopen twintig jaar flink op de schop gegaan. Er werden vooral nieuwe winkels gebouwd rondom het treinstation. In de grote woonboulevard in het zuiden van de stad hebben veel gebouwen een A-label die door hun grote omvang veel invloed hebben op de score.

Ook Utrecht is op de goede weg. De stad is al de duurzaamste stad als het gaat om kantoren en staat nu ook op winkelgebied in de top. Dat komt vooral door herontwikkeling en uitbreiding van Hoog Catharijne en ontwikkelingen als Leidsche Rijn Centrum, The Wall en Post Utrecht.

Op de derde en vierde plek volgen Haarlemmermeer en Amersfoort. In Haarlemmermeer zijn er weinig oude winkelgebouwen. Een nieuwer bouwjaar betekent vaak een beter label. Amersfoort dankt de score onder andere aan het moderne en duurzame stadsdeelcentrum van Vathorst.



Haarlem en Maastricht onderaan

Haarlem en Maastricht bungelen onderaan het lijstje, vooral door het grote aantal monumentale winkels. De monumentale status zorgt ervoor dat deze winkels geen energielabel hoeven te hebben. Doordat er vanuit monumentenwetgeving weinig aan de buitenkant veranderd mag worden en bijvoorbeeld een spouwmuur vaak ontbreekt, is het terugbrengen van het verbruik bij deze winkels een uitdaging. Het instellen van een labelplicht voor deze locaties zou helpen om beter inzicht te krijgen in de omvang van deze opgave.

Alleen al in Maastricht zijn er 1.660 rijksmonumenten die ruim een kwart van het winkelloppervlak in de gemeente vertegenwoordigen. Daarnaast zijn er 3.500 gemeentelijke monumenten die te vinden zijn in het centrum en stadsdeel Wyck. Het aandeel duurzame winkels met energielabel A verbetert in de gemeente zodra de nieuwe energielabels van het gerenoveerde winkelcentrum Brusselsepoort zijn verwerkt.

In Haarlem zijn 2.166 rijksmonumenten, 2.983 gemeentelijke monumenten en 184 provinciale monumenten. Ongeveer 14% van het totale winkelloppervlak is een rijksmonument.

Naar verwachting verbetert het gemiddelde energielabel de komende jaren licht. Naast winkelcentrum Schalkwijk wordt ongeveer 6.500 vierkante meter nieuwe winkelruimte toegevoegd die het gemiddelde energielabel ophogen. In de tweede fase van dit plan gaat de rest van het winkelcentrum op de schop.





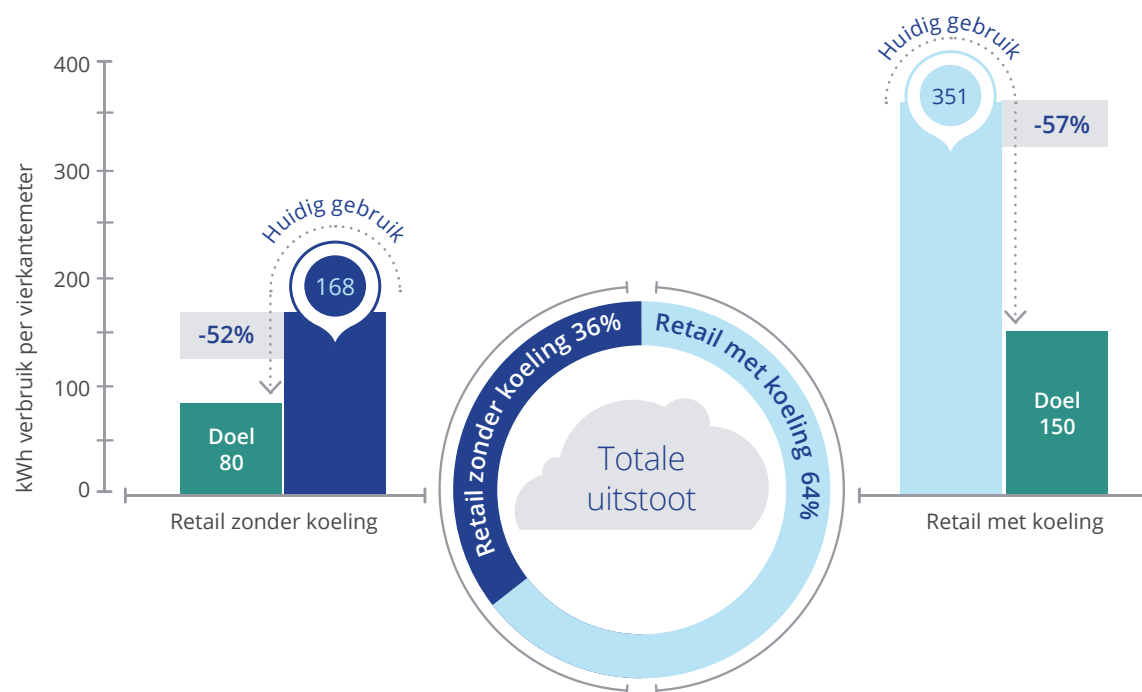
Het terugdringen van het daadwerkelijke energieverbruik is vele malen belangrijker dan een goed energielabel bij het terugdringen van de CO₂-uitstoot.

Energieverbruik moet halveren

Energielabels vertellen maar een deel van het verhaal. Het terugdringen van het daadwerkelijke energieverbruik is vele malen belangrijker dan een goed energielabel bij het terugdringen van de CO₂-uitstoot. De Dutch Green Building Council heeft samen met de sector doelen gesteld voor het maximale verbruik per vierkante meter in winkels op jaarbasis, vergelijkbaar met die voor kantoren. Daarbij is onderscheid gemaakt tussen winkels met koeling, zoals supermarkten, en zonder.

Voor winkels zonder koeling is het doel 80 kWh per vierkante meter in 2050. Dat is iets minder dan het jaarlijkse verbruik van een zuinige wasmachine. Op dit moment ligt het verbruik volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek nog op gemiddeld 170 kWh. Dit moet dus voor die tijd bijna halveren. Voor winkels met koeling is de uitdaging groter, omdat zij nu 350 kWh per vierkante meter aan energie verbruiken. Daar is het doel vastgezet op 150 kWh per vierkante meter waardoor bijna 60% bespaard moet worden.

Energieverbruik – doel 2050



Merendeel beleggers heeft nog geen duurzaamheidsambitie

Verduurzaming staat nog niet hoog op de agenda bij alle winkelbeleggers. Een paar beleggers gaven zelfs aan dit thema niet belangrijk te vinden. Twee derde van de geïnterviewde beleggers heeft nog geen concrete duurzaamheidsambitie geformuleerd. Dit betekent niet direct dat zij er helemaal niet mee bezig zijn. Het geeft wel aan dat het nog geen onderdeel is van hun langjarige investeringsstrategie.

Beleggers die duurzaamheid belangrijk vinden, noemden energiereductie als het belangrijkste thema.

Het terugdringen van de CO₂-uitstoot is hun belangrijkste prioriteit, gevolgd door het verbeteren van het energielabel. Het plaatsen van zonnepanelen was de populairste ingreep in de afgelopen vijf jaar. Meer ingrijpende maatregelen met langere terugverdiertijden, zoals het investeren in energiezuinige gemeenschappelijke installaties of WKO-installaties, worden in winkelcentra veel minder vaak toegepast. Dit komt ook doordat zulke ingrepen tijdelijk voor veel hinder en ongemak zorgen bij winkeliers en consumenten.



Institutionele beleggers zelfverklaard koploper

Bijna alle institutionele beleggers zeggen het verduurzamen van hun winkels erg belangrijk te vinden en zichzelf te zien als voorloper op duurzaamheidsgebied. Zij hebben winkels vaak lang in bezit en kijken verder vooruit. Meerdere beleggers hebben inmiddels CO₂-doelstellingen voor 2030 en 2050 geformuleerd. Dit doen ze omdat hun aandeelhouders of investeerders zoals pensioenfondsen hogere duurzaamheidseisen stellen.

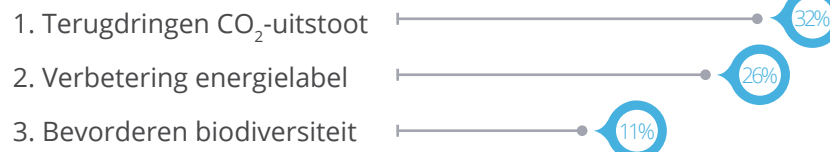
De meeste institutionele beleggers noemen ook de toenemende Europese regelgeving als een belangrijke beweegreden. Specifiek werd de Sustainable Finance Disclosure Regulation genoemd, die dit jaar is ingegaan en eisen stelt aan de manier waarop deelnemers aan de financiële markt over hun duurzaamheidsbeleid rapporteren.



Belangrijkste duurzaamheidsthema's



Prioriteiten



Doorgevoerde maatregelen



Hierdoor worden institutionele beleggers gedwongen om te rapporteren over het energieverbruik en de CO₂-uitstoot van hun vastgoed. Ook moeten ze meer inzicht geven in hoe ze de gebouwen verduurzamen en over de voortgang rapporteren. De transparantie die de Europese Commissie hiermee nastreeft zorgt ervoor dat de investeerders van deze fondsen beter in staat zijn om dit mee te wegen in hun investeringsbeslissing.

Private equity terughoudend, particulier twijfelt

De intrinsieke motivatie om te verduurzamen ontbreekt bij private-equitypartijen. Zij laten hun doelen vooral afhangen van de uiteindelijke kopers van hun vastgoed: vaak institutionele beleggers. Verhogen zij hun eisen, dan volgt private equity. Het is voor deze partijen daarom veel meer onderdeel van “buy it, fix it, sell it”.

Particuliere beleggers hebben verduurzaming nog niet hoog op de agenda staan. Investerings in de winkel beperken zich vaak tot zaken die een korte terugverdientijd hebben. Opvallend is dat de helft van deze groep aangeeft de verduurzaming mee te nemen bij het uitvoeren van regulier onderhoud maar geen verdergaande plannen heeft. De beleggers die duurzaamheid wel belangrijk vinden, doen dat vooral vanuit persoonlijke overtuiging.



Voor een succesvolle verduurzaming is een goede samenwerking tussen eigenaar en huurder essentieel. Ruim een derde van de geïnterviewde eigenaren is hier inmiddels over in gesprek met de winkelier.

Druk vanuit wetgever is er nauwelijks

Hoewel institutionele beleggers gemotiveerd worden door hun aandeelhouders en door Europese regelgeving, ervaren private-equitypartijen en particuliere beleggers die druk veel minder. Er is in de retailsector nog geen dwingende wetgeving zoals in de kantorenmarkt met het verplichte label C per 2023. Druk vanuit de overheid is er dan ook nauwelijks en wordt ook niet ervaren. De enige maatregel waar sommige investeerders naar eigen zeggen af en toe mee te maken krijgen is de Energiebesparingsplicht uit de Wet Milieubeheer. Die stelt dat alle energiebesparende maatregelen met een terugverdientijd korter dan vijf jaar genomen moeten worden.

Nauwe samenwerking met huurder cruciaal

Wie is er eigenlijk verantwoordelijk voor het succesvol verduurzamen van winkels en winkelcentra? De eigenaar? De winkelier? Of allebei? In de praktijk hebben eigenaren van winkelcentra controle over het vergroenen van de algemene ruimten en voorzieningen zoals roltrappen en liften. Achter de pui van de winkel is het de taak van de winkelier. Dit is een groot verschil met de kantorenmarkt waar de verhuurder ook verantwoordelijk is voor de installaties en daar dus invloed op kan uitoefenen.

Voor een succesvolle verduurzaming is een goede samenwerking tussen eigenaar en huurder essentieel. Ruim een derde van de geïnterviewde eigenaren is hier inmiddels over in gesprek met de winkelier, de een proactiever dan de ander. Door de coronacrisis heeft verduurzaming bij veel winkeliers niet de hoogste prioriteit. Juist daarom is het belangrijk dat beleggers een voortrekkersrol innemen en het gesprek aangaan.

Private-equitypartijen pakken de handschoen nog maar beperkt op om actief met huurders over het verduurzamen van de winkels in gesprek te gaan. Zij wachten totdat de winkelier zelf contact opneemt. Een verklaring hiervoor is dat zij een winkel(centrum) minder lang in eigendom hebben en daardoor meer focus hebben op andere verbeteringen dan de verduurzaming die in nauwe samenwerking met de huurder moet plaatsvinden.

Energieverbruik niet transparant

Winkeleigenaren die wel in gesprek zijn, zeggen dat duurzaamheid voor de kleinere, lokale winkelier vaak nog niet top-of-mind is. Ze zijn vooral gefocust op het draaiend houden van hun bedrijf, waardoor het vergroenen van de winkel zelf vaak weinig aandacht krijgt. Ze spreken dan vaak over het verminderen van het energieverbruik en green leases. Dit zijn clauses in het huurcontract die regelen hoe de huurder en de verhuurder zich inzetten om de winkelruimte te verduurzamen. Dit is in theorie een goede manier om elkaar aan toezeggingen te houden, maar het controleren van de naleving schiet er nu nog vaak bij in. De winkelier is niet altijd bereid om inzicht te geven in het energieverbruik, waardoor de eigenaar weinig zicht heeft op de duurzaamheid van de winkel. Hierdoor weet meer dan de helft van de verhuurders niet hoeveel energie er jaarlijks wordt verbruikt door de winkeliers in hun winkelcentrum.

Consument heeft geen oog voor energieverbruik winkel

Op de kantorenmarkt eist de consument oftewel de medewerker steeds meer op het gebied van duurzaamheid en welzijn van hun werkgever. Bedrijven kijken daarom naar manieren om een steeds betere en gezondere werkomgeving te bieden. Dit vergroot niet alleen de aantrekkingskracht op nieuwe talenten, ook helpt het de productiviteit van hun mensen te laten groeien. In de winkelmarkt is dat anders. Vooral op productieniveau zijn er verduurzamingsinitiatieven zoals het inzamelen van oude kleding en het verkopen van kleding van gerecyclede stoffen. Dit zorgt er volgens de geïnterviewde beleggers voor dat de consument alleen oog heeft voor de duurzaamheid van het product en niet voor de winkel waar ze het aanschaffen. De benodigde energie voor verwarming en koeling die ontsnapt door openstaande deuren is voor de consument bijvoorbeeld nog een blinde vlek. Daardoor is er voor een winkelier weinig haast bij om hier iets aan te doen.



De benodigde energie voor verwarming en koeling die ontsnapt door openstaande deuren is voor de consument bijvoorbeeld nog een blinde vlek.



Transitie vraagt actieve samenwerking

De duurzaamheidstransitie in de winkelmarkt komt nog nauwelijks op gang. Door de beperkte samenwerking tussen de winkelier en winkeleigenaar aan de ene kant en de lage druk vanuit de consument en overheid aan de andere kant is de urgentie minimaal. Institutionele beleggers hebben ambitieuze plannen, alleen ontbreekt het in veel gevallen aan een actieve samenwerking met de huurder. De eigenaar heeft alleen grip op de algemene ruimten en het casco van de winkel, terwijl de huurder zorgt voor de installaties en de verdere afbouw.

Er zijn manieren om dit patroon te doorbreken. Dat hebben sommige vastgoedeigenaren bewezen. Tijdens de coronalockdowns vroegen veel winkeliers om huurkortingen of andere tegemoetkomingen.

Door geen korting te geven, maar juist te investeren in energiezuinige installaties zorgden deze eigenaren voor een modernere winkel én lagere energiekosten. Dit was direct de kans voor enkele eigenaren om in overleg all-in huurprijzen af te spreken: een vaste huur inclusief servicekosten. Zo verdient de verhuurder de investering terug door de lagere energiekosten, terwijl de huurder profiteert van de betere installaties. Winkeleigenaren nemen daarmee wel een risico, omdat de winkel bij nieuwe verhuur niet meer casco is en daardoor mogelijk minder goed aansluit bij de eisen van een nieuwe huurder. Toch kiezen sommige eigenaren hiervoor vanuit de overtuiging dat dit de manier is om de verduurzaming te versnellen.

Wetgeving en handhaving is nodig

Ondanks deze goede initiatieven ervaren private-equitypartijen en particuliere beleggers weinig druk om in beweging te komen. Met uitzondering van institutionele beleggers en enkele andere intrinsiek gemotiveerde beleggers zorgt dit ervoor dat er geen schot in de verduurzamingszaak zit. Dit is duidelijk terug te zien in de huidige staat van de winkelveorraad. Bijna 70% van de winkels heeft geen label en het energieverbruik in de sector moet met nog meer dan de helft omlaag om de doelen uit het Klimaatakkoord van Parijs te halen.

Om de verduurzaming te versnellen is er meer overkoepelende sturing nodig. Binnen de kantorenmarkt is dit besef al eerder doorgedrongen en heeft de overheid bepaald dat elk kantoorgebouw vanaf 2023 minimaal energielabel C moet hebben. Hoewel nog moet blijken hoe serieus de overheid de handhaving gaat oppakken, zorgt dit ervoor dat de markt langzaam maar zeker in beweging komt. Een vergelijkbare maatregel zal voor de winkelmarkt ook leiden tot meer verduurzaming om aan de vereisten te voldoen. Of transformaties naar andere functies zoals wonen wanneer verduurzaming niet rendabel is. Beide manieren zorgen ervoor dat de winkelmarkt versneld verduurzaamt en de doelstellingen uit het Parijsakkoord binnen handbereik komen.

