

DUURZAAM WINKELVASTGOED

In vergelijking met de kantoren- en woningmarkt staan duurzame winkels en winkelcentra nog in de kinderschoenen. Er was tot nog toe weinig informatie beschikbaar. Ook is het moeilijk kleinere retailers over de streep te trekken. Toch kan duurzaam winkelvastgoed wel degelijk van de grond komen, zo bleek op een themabijeenkomst georganiseerd door het Lente-Akkoord en de Vereniging van Institutionele Beleggers in Vastgoed Nederland (IVBN).



De plaats van samenkomst is treffend gekozen. Op donderdag 17 maart komt een dertigtal mensen samen in het Informatiecentrum Stationsgebied in Utrecht aan het Vredenburg. Op steenworp afstand zwaaien bouwcranes materialen aan voor een grootscheepse herstructurering van Hoog Catharijne. De bouw van een compleet nieuw muziekcentrum Vredenburg is al begonnen en ook de transformatie van het nu leegstaande kantoorpand Singelborgh tot winkelruimte is al in volle gang. Uiteindelijk draait alles om een kolossale renovatie van 'het winkelhart van Nederland', waarbij ook weer water door de Catharijnesingel gaat lopen. Het gaat waarschijnlijk om de grootste verbouwing van een Nederlandse stad ooit.

Je kunt op drie verschillende niveaus naar duurzame winkelcentra kijken, zegt gespreksleider Boris van der Gijp, directeur Markt en Marketing bij ASR Vastgoedontwikkeling. "Op het niveau van stedelijke structuur kan een goed ontwerp knelpunten in de winkelroutes oplossen", zegt Van der Gijp. "Daarnaast kun je er op het niveau van het gebouw tegenaan kijken. Een mooi winkelcentrum heeft uitstraling, mensen komen er graag en het blijft mede daardoor de moeite waard erin te investeren." Tenslotte kun je in de schil van het gebouw kruipen. Dan beland je veelal in een technische discussie over isolatiewaarde van de gevel, warmte-uitwisseling met omliggende woningen enzovoorts. "Bij deze duurzaamheidsdiscussie is het goed ook eens aan de 'fun' kanten ervan te denken", zegt Van der Gijp. "Een PV-paneel dat twitterberichten kan doorsturen of groene bekleding die er fraai uitziet en verkoelend werkt in de zomer. Dat biedt mensen plezier."



Nieuw Hoog-Catharijne

Menno Overtoom van Corio Vastgoed Ontwikkeling haakt als projectdirecteur van het Utrechtse project direct in op deze duurzaamheidsdiscussie. "Hoog Catharijne is vanzelf al een slag duurzamer dan vergelijkbare winkelcentra als in Rotterdam (Alexandrium) of Nieuwegein (City Plaza). Slechts 20 procent van de bezoekers komt hier met de auto", zegt Overtoom. In Rotterdam is dat 42 procent. Het water in de Catharijnesingel heeft onder meer een 'fun'-functie. Er komen terrassen, rondvaartboten kunnen erdoor en een deel van de torens van slot Vredenburg (daterend uit de Spaanse tijd, vijftiende eeuw) komen daar boven water. In fietsenkelders zijn de muren van het slot zichtbaar.

Een ander in het oog springend, direct duurzaamheidsitem levert de warmte koude opslag (wko) waarmee een belangrijk deel van het complex voortaan verwarmd en gekoeld gaat worden. Voorts worden vloeren van het Singelborchcomplex die een veertigtal centimeters moeten zakken om aan te sluiten op het bestaande winkelcentrum niet gesloopt maar losgezaagd en in zijn geheel hergebruikt. Bij de bouw van muziekcentrum Vredenburg vormt de duurzaamheidslabel BREEAM NL het uitgangspunt.

Hoewel Hoog Catharijne vanaf het eind van de jaren zestig 'een attractie in zichzelf' en een commercieel succes was, kan de uitstraling van het complex en de aansluiting op de binnenstad beter, betoogt Overtoom. "Bovendien is fysieke uitbreiding van het winkeloppervlak noodzakelijk. De NS voorziet een verdubbeling van de jaarlijkse 50 miljoen reizigers tot 100 miljoen in 2020. We willen 'the mall of the Netherlands' worden."

Daartoe wordt de entree aan de Vredenburg verbeterd en het aantal winkelmeters fors uitgebreid door een extra verdieping in gebruik te nemen. Ook de gelegenheid tot parkeren en fietsenstallingen wordt flink vergroot. Heel Hoog Catharijne kan in twee loopstromen worden bezocht.

Duurzaamheid staat hoog in het vaandel bij de vastgoedontwikkelaar, maar Corio beseft dat het concrete resultaat ervan staat of valt met de medewerking van de honderden retailers. "Het overgrote deel, vooral de kleinere winkeliers, is niet met duurzaamheid bezig", heeft Overtoom in gesprekken gemerkt. Onbekend maakt onbemind en ook de financiële onzekerheid, vooral wat betreft de terugverdientijd van investeringen, is in dit tijdsgewricht geen reclame voor duurzaamheid.

Deze indruk heeft niet alleen Corio. Ook bijvoorbeeld ASR en ING Vastgoed menen dat vooral de kleinere winkels weinig milieubesef aan de dag leggen. Of het nu gaat om energie (verlichting, koeling, ventilatie), afvalverwerking of waterbesparing. Men is bang dat sommige duurzame maatregelen strijdig zijn met het winkelconcept (kleur- en materiaalgebruik, lichtplan). Menno Overtoom van Corio weet dan ook niet of hij de retailers moet verplichten tot het volgen van het duurzaam afbouwpakket in het programma van eisen.

De uitdaging hierbij is om de huurders duidelijk te maken dat duurzaamheid ook wat kan opleveren. Energie besparen is bij de huidige en de ongetwijfeld nog stijgende energieprijzen direct kassa. Led-verlichting is weliswaar duurder in aanschaf, maar verdient zich terug en zet en passant de uit te stallen winkelgoederen in een beter spotlicht. Daarnaast is er de (nog niet bewezen) notie dat een duurzame winkel meer waard is (hogere eindwaarde, meer publiek). Ook zal duurzaam vastgoed, net als de A-label auto's steeds meer een vanzelfsprekendheid worden. "Het wordt een diskwalificatie als je het niet doet", zeggen meerdere deelnemers aan de discussie.



Toolkit

De duurzame ontwikkeling in het winkelvastgoed zal vermoedelijk een boost krijgen als eind mei de Toolkit Duurzame Winkelcentra verschijnt. "Niet alleen de verscherping van de wet- en regelgeving en stijgende energielasten, maar ook initiatieven als het Lente-akkoord en de trend tot energieneutrale steden rechtvaardigen een toolkit", zegt mede-opsteller Christa Duiveman, senior vastgoedontwikkelaar bij AM. De Toolkit is door AM opgesteld in samenwerking met Ahold, Corio Vastgoed, Grontmij, SCM Europe. Adviesbureau Cauberg Huygen leverde berekeningen voor de exploitatielasten.

De Toolkit volgt de BREEAM-NL systematiek, een gecertificeerde methodiek voor het meten van de duurzaamheid van gebouwen. "De toolkit bevat aparte hoofdstukken die zijn toegespitst op de retailer, de belegger en de projectontwikkelaar, dus belanghebbenden kunnen meteen doorbladeren", aldus Duiveman. Ook worden verschillende typen winkelcentra (wijkwinkelcentrum, stadswinkelcentrum, binnenstadswinkelcentrum) uitgewerkt.

Verlaging van de EPC, besparing van energie (zowel voor het hele gebouw als voor gebruiker), behalen van het BREEAM-certificaat, financiële aspecten en de sociaal-economische dimensie, zoals het ontwikkelen van aantrekkelijk vastgoed dat aansluit bij de stad zijn invalshoeken in de Toolkit. Duiveman: "We hebben bovendien speciale themabladen toegevoegd over verlichting, entree, productkoeling, materiaalgebruik, afvalverwerking."

De Toolkit, die eind mei 90 euro gaat kosten en nu bij voorintekening 75 euro kost, maakt ook gewag van nieuwe ontwikkelingen. Zo zal binnen afzienbare tijd worden gecontroleerd of de in de bouwaanvraag genoemde EPC ook daadwerkelijk wordt gerealiseerd. "Daarbij zal het werkelijke verbruik van de retailer centraal staan", aldus Christa Duiveman. Ook bevat de gereedschapskist combinatiebladen die verwijzen met het sterrensysteem van het BREEAMboek. Opmerkelijk is dat uit de Toolkit blijkt dat het isoleren van de winkelgevel niet veel energiebesparing oplevert.

Belangrijke punten uit deze 'sneak-preview' zijn volgens Duiveman dat de retailer grote invloed heeft op de energieprestaties. Ook tikt de verlichting van de winkel met 40 procent van het totale energieverbruik enorm aan. Bij de supermarkt is behoefte aan koelenergie goed voor 30 procent van het energieverbruik. Een ander aandachtspunt uit de Toolkit is ketenintegratie. Als verschillende schakels elkaar vanaf het begin opzoeken, kan meerwaarde ontstaan. Zo leidt betere verlichting tot minder koelbehoefte en kan de restwarmte wellicht in bovengelige woningen worden afgezet. Ook blijft het van belang het gedrag van gebruikers te beïnvloeden (bewegingsdetectoren, 's nachts lampen uit). "Toch is de financiële discussie het meest complex", meent Christa Duiveman. In businessmodellen is er meer mogelijk door bijvoorbeeld lagere servicekosten (gunstig voor de gebruiker) gecombineerd met een iets hogere huur (gunstig voor de belegger). In de woning- en kantoormarkt doet deze gedachte al veel meer opgang.



Bestaand winkelvastgoed

Met nieuwbouw of ingrijpende renovatie zoals bij Hoog Catharijne is duurzaam winkelvastgoed al een hele opgave, zo mogelijk nog een slag ingewikkelder is het bestaande winkelvastgoed. Syntrus Achmea is de grootste retailerbelegger van Nederland met 2,4 miljard euro winkelvastgoed, 860 duizend vierkante meter, 400 objecten voor circa 50 pensioenfondsen.

“We zijn voortdurend bezig om bij herontwikkeling en kwaliteitsverbetering van winkelcentra onze winkelportefeuille te verduurzamen”, zegt Bart van Dongen van winkelbeleggingen bij Syntrus Achmea. “Onze ambitie is om de gehele portefeuille te voorzien van energielabels, huurders te stimuleren met energieprestatieadvies en voor te lopen op het Lente-akkoord”, aldus Van Dongen. Energielabels D tot en met G boekt hij in als achterstallig onderhoud.

Bij eventuele aankoop van nieuw bezit laat hij eerst de BREEAM Quick Scan uitvoeren om snel een beeld te krijgen van de duurzaamheidscore van het object. “De grootste vervuilers komen er op deze manier snel uitrollen.” Leidt het tot aankoop dan is het doel om alle huurders in het object te labelen, beleid te starten en hen mettertijd voortdurend te toetsen.

Energieprestatie-advies begint meestal met energiebesparing en leidt vaak tot lagere exploitatielasten van de huurder. “Wij letten daarbij op natuurlijke momenten, bijvoorbeeld vervangingsonderhoud van installaties”, aldus Van Dongen. De energielabels en het EPA-advies geven richting, maar is nog niet heilig bij Syntrus Achmea. Certificering nastreven bij de huurders is dan ook nog niet aan de orde. Maar een toolkit zal Bart van Dongen zeker bestellen. “We moeten het nu doen met veel knip- en plakwerk, vooral uit de handboeken voor de kantorenmarkt. Een handleiding voor de retail is een gemis. Beleggers zijn nu vooral gefocused op woningen en kantoren.”

Discussie

Bij beleggers en ontwikkelaars kan de aandacht voor verduurzaming van winkelvastgoed worden bevorderd, maar het grootste punt is toch de huurders mee te krijgen, zo blijkt uit de discussie. Mogelijk biedt de nieuwe toolkit soelaas. Ook kan door snel met elkaar om tafel te zitten onbekendheid met de mogelijkheden van bijvoorbeeld led-verlichting uit de wereld worden geholpen. Ten slotte wordt een positieve impuls verwacht van de consument. “Toen die om duurzame chocoladeletters ging vragen, was de zaak snel geregeld. Ook een grote keten als H&M is gevoelig voor druk van stakeholders en consumenten”, zegt gespreksleider Van der Gijp. Ook beleggers moeten op dit vlak meer willen dan alleen een huurcontract binnenhalen. Bij huurders moet aandacht voor duurzaamheid via de band van het product worden gespeeld, want bijvoorbeeld energie is een onderdeel van hun product. Winkeliers streven in het algemeen een snellere terugverdientijd dan vijf jaar na, hetgeen in bestaande bouw meer haalbaar is dan in nieuwbouw.

Een kritische kanttekening wordt geplaatst bij het inzetten van grote complexe collectieve installaties. “Niet alleen financieel, maar ook energetisch zijn ze in de praktijk vaak verliesgevend”, zegt adviseur Cliff Fong, commercieel manager bij ingenieursbureau Ebatech. “Het probleem”, aldus Fong, “is dat de huurders in een winkelcentrum per branche allemaal verschillende energie- en koelbehoeften hebben. Dat is anders dan in een kantoorcomplex of in een woonblok, waar de koel- en warmtevraag beter te



voorspellen is." Het helpt al als er woningen boven het winkelcentrum zijn gebouwd waar overtollige warmte kan worden weggezet en ook de investeringen beter kunnen worden gespreid, aldus Fong.

Retailers kunnen mogelijk worden verleid door kleine 'quick wins'. Met geringe investeringen is veel te winnen. Dat kan het startpunt voor meer bewustwording vormen, vooral bij kleinere winkeliers. Dat bij forse verlaging van de exploitatiekosten de huur mogelijk wat hoger wordt, valt op die manier dan ook beter uit te leggen. Handicap is wel dat retailers niet bepaald scheutig zijn met het geven van informatie over hun energieverbruik.

Verantwoording

Deze tekst is gemaakt op basis van de themabijeenkomst Duurzaam winkelvastgoed. Deze bijeenkomst vond plaats op donderdag 17 maart 2011 in het informatiecentrum Stationsgebied in Utrecht. De organisatie was in handen van het Lente-akkoord, namens NEPROM, NVB, Bouwend Nederland en Aedes. Deelnemers waren ontwikkelaars en beleggers. De bijeenkomst werd geleid door Boris van der Gijp, directeur Markt en Marketing bij ASR Vastgoedontwikkeling NV. Inhoudelijke bijdragen werden geleverd door Menno Overtoom (Corio Vastgoed ONtwikkelinG), Christa Duiveman (AM), Bart van Dongen (Syntrus Achmea). Dit verslag is geschreven door René Didde.

Samenvatting

In vergelijking tot de kantorenmarkt en woningmarkt verlopen de ontwikkelingen in verduurzaming van winkelcentra minder voorspoedig. De aandacht van zowel projectontwikkelaars en beleggers kan beter, maar vooral ontbreekt het aan belangstelling bij de retailer. En dat terwijl er vooral in de bestaande bouw en op gebied van verlichting 'quick wins' mogelijk zijn. Daarbij speelt ook een gebrek aan kennis van de mogelijkheden. De toolkit duurzame winkelcentra, die eind mei 2011 verschijnt, kan daarin verandering brengen.

Meer informatie

Lente-akkoord Claudia Bouwens Postbus 620, 2270 AP Voorburg E-mail: cb@lente-akkoord.nl Of kijk op www.lente-akkoord.nl.

