

Maatschappelijk welzijn wint aan belang in vastgoedmarkt

De COVID-19-pandemie leidt tot een herwaardering van welzijn en sociaal contact. Institutionele beleggers kunnen met hun vastgoedstrategie inspringen op oplossingen die aan deze sociale componenten bijdragen.

Door *Marleen Bosma-Verhaegh*

De wereld stond in 2020 en een deel van 2021 op zijn kop. Kantoorwerkers deden hun werk ineens noodgedwongen op grote schaal vanuit huis en consumenten kochten hun boodschappen en andere artikelen vorig jaar massaal online. Even leek een tijdperk van grote efficiency en vrijheid voor werknemers aangebroken. Dat uitte zich in minder reisbewegingen, minder tijdverlies, meer ruimte om het werk zelf in te delen en meer tijd voor de directe leefomgeving.

Anderhalf jaar na het uitbreken van de COVID-19-pandemie blijkt deze enorme omwenteling ook een keerzijde te hebben. De diepgewortelde behoefte aan sociaal contact is tijdens de donkere dagen van de pandemie flink op de proef gesteld. Vooral veel

jongere werknemers ver eenzaamden, de werkplek thuis bleek vaak krap en luidruchtig en het plezier van winkelen en recreëren werd node gemist. Onmiskenbaar leidt de crisis tot structurele veranderingen en het blijkt maar weer hoe digitale communicatiemiddelen ons van dienst kunnen zijn. Tegelijk is de samenleving zich bewuster geworden van het belang van welzijn en sociaal contact, in het bijzonder de stimulans van het regelmatig op kantoor werken met collega's, een prettige woonomgeving en het plezier van fysiek winkelen.

Dit biedt kansen voor beleggers en andere partijen op de vastgoedmarkt. In plaats van alle aandacht te richten op functionele bouw, dient het sociale aspect meer naar voren te komen. Vastgoed dat nadrukkelijk inzet op

maatschappelijk welzijn zorgt voor een stabiel rendement op de lange termijn. Deze ontwikkeling komt bovenop de enorme verduurzamingsopgave en het woningtekort. Kantoren moeten meer de functie krijgen van een ontmoetingsplek gericht op creatie, innovatie en inspiratie. Bewoners hebben behoefte aan goede thuiswerkmogelijkheden en een groene leefomgeving. En winkelcentra kunnen gericht zijn op extra beleving voor de consument.

Kantoren

Nederland is bij het uitbreken van de pandemie, mede door de hoogstaande IT-infrastructuur, goed in staat gebleken om in korte tijd om te schakelen naar thuiswerken. In een enquête van het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM) van april 2021 zegt ruim 70% van de respondenten positieve ervaringen te hebben met thuiswerken, een goede thuiswerkplek te hebben en zichzelf voldoende productief te vinden. Tegelijk zegt bijna 60% collega's te missen en komen stress en fysieke klachten door het thuiswerken in respectievelijk 10% en bijna 20% van de gevallen voor. Er lijkt een maximum te zijn

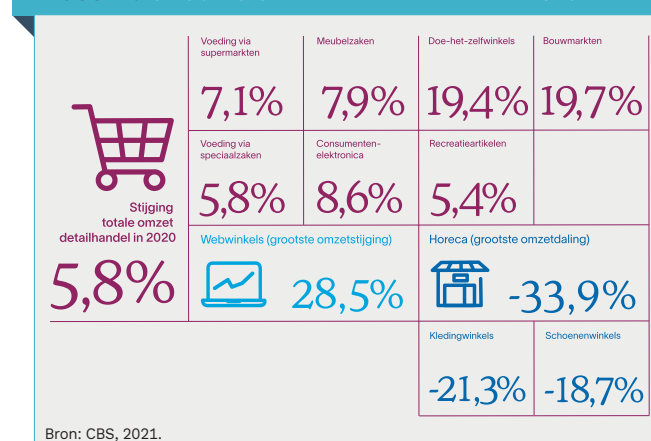
bereikt: waar in het voorjaar van 2020 nog 40% van het aantal uren werd thuisgewerkt – tegen zo'n 10% in september 2019 – was dat in 2021 alweer gedaald zodra het personeel weer enigszins naar het kantoor toe kon.

Ondanks de toename van het thuiswerken is de verwachting dat de daling in kantooroppervlak op termijn beperkt blijft tot zo'n 3 tot 8%. Belangrijke redenen hiervoor zijn het behouden van een zekere basiscapaciteit van kantoren om piekmomenten op te kunnen vangen. Bovendien zullen bedrijven hun uiterste best willen doen om het kantoor zo aantrekkelijk mogelijk te maken, om zo de bedrijfscultuur te waarborgen en de samenwerking te versterken. Daartoe moeten kantoren beter worden ingericht voor het faciliteren van ontmoetingen en dat vereist ruimte. Tegelijkertijd is er voldoende plek nodig voor concentratiewerk.

Woningen

Nederland staat voor de grote uitdaging om tot 2030 maar liefst 900.000 extra woningen te bouwen. Het woningtekort bedraagt op dit moment 280.000 en

FIGUUR 1: STIJGING OMZET DETAILHANDEL IN 2020



bereikt naar verwachting een piek van 316.000 in 2025. Hoewel de bouw van nieuwe woningen tijdens de pandemie gewoon is doorgegaan, worden de doelstellingen qua bouwvolumes al jaren niet gehaald. En de vooruitzichten zijn niet goed. De bouwsector kampt met een tekort aan personeel en momenteel met snel oplopende kosten van materiaal. Daarnaast duren bestemmings- en vergunningprocedures nog altijd te lang, wat wordt verergerd door de stikstofproblematiek.

De woningmarkt is sterk uit evenwicht. Vooral aan betaalbare koop- en huurwoningen is gebrek, evenals aan passende zorgwoningen voor ouderen. Om de doorstroming te bevorderen, moet sowieso flink worden ingezet op seniorenwoningen. Belangrijk hierbij is dat lokale overheden concreet inzetten op locaties met 'maatschappelijke bestemming'. Institutionele beleggers zijn binnen de totale woonopgave onmisbaar. Zij lopen er nu tegenaan dat hun beschikbaar gestelde kapitaal niet spoedig kan worden geïnvesteerd, mede doordat bouwprocedures steeds langer duren.

Los van de grote kwantitatieve opgave leggen de ervaringen van de COVID-19-crisis extra kwalitatieve eisen op aan de woningbouw. Sociaal-maatschappelijke problemen zoals vereenzaming zijn toegenomen. Daarom is het van belang dat alle betrokkenen meer aandacht hebben voor de leefbaarheid in wijken. Belangrijke aspecten hiervan zijn goede bereikbaarheid (ook voor minder validen), veiligheid, gezondheid, diversiteit, inclusiviteit en sociale voorzieningen. Daarnaast heeft de crisis geleid tot een opwaardering van een meer duurzame leefstijl met meer buitenruimte en voldoende groen in de directe omgeving.

Winkels

De al langer stijgende trend van online winkelen heeft tijdens de crisis een spurt gemaakt, doordat niet-essentiële winkels en horecagelegenheden op verschillende momenten volledig gesloten waren. Webwinkels wisten in 2020 hun verkopen met 43,6% op te voeren ten opzichte van een stijging van de totale detailhandelsomzet van 5,8%. Alle branches, behalve kleding- en schoenenwinkels, lieten omzetgroei zien. De online-

bestedingen zijn in 2021 weer genormaliseerd en liggen in het derde kwartaal van 2021 lager dan in de pre-COVID-19-periode (jaar op jaar op 10%) en zelfs op het laagste groeipercentage sinds 2014.

Inmiddels lijkt het tij dus gekeerd. Winkelstraten hebben bij het afbouwen van de COVID-19-maatregelen afgelopen zomer hun veerkracht getoond. In sommige gevallen werden winkelstraten zelfs tijdelijk afgesloten omdat het te druk werd. Daarmee is de populariteit van een dagje 'shoppen in de stad' weer terug en blijkt de positieve beleving en het sociale belang van fysiek winkelen onverminderd van grote waarde. Na een lichte stijging vorig jaar nam de winkelleegstand in de eerste helft van dit jaar zelfs iets af. Een positief effect van de winkelsluitingen is dat veel winkeliers hun online diensten nu volledig hebben geïntegreerd in hun bedrijfsstrategie en dus beter geëquipeerd zijn voor de toekomst.

Ondanks de verwachting dat het fysieke winkelaanbod de komende jaren blijft dalen ten gunste van het onlinekanaal, blijft de 'stenen' winkel een essentieel onderdeel voor de merkbeleving en behoefte van de consument. Het is niet toevallig dat het marktaandeel van webwinkels die aan fysieke winkels zijn gelieerd relatief hoog ligt. Kortom, de winkels die de beste kaarten hebben, zijn tevens online actief, liggen in populaire winkelcentra en bieden beleving en gemak aan de vaker thuiswerkende consument. ■



Marleen Bosma-Verhaegh

Head of Research & Strategic Advisory, Bouwinvest

IN HET KORT

De COVID-19-pandemie leidt tot een herwaardering van welzijn en sociaal contact.

Er zijn kansen voor beleggers als ze zich richten op functionele bouw én maatschappelijk welzijn voor een stabiel rendement op de lange termijn.

Kantoren moeten meer de functie krijgen van ontmoetingsplaats voor werknemers, waar creativiteit wordt gestimuleerd. Voor woningen is een goede thuiswerkplek van belang, evenals meer groen in de directe omgeving. Daarnaast kan het sociale aspect van winkelen en online mogelijkheden ten volle worden benut.

FIGUUR 2: MARKTAANDEEL ONLINE AANKOPEN

