VASTGOED JOURNAAL

# De lessen van winkelcentrum Kerkelanden

26-10-2017 11:00

**Winkelcentrum Kerkelanden in Hilversum is onlangs bekroond met de NRW jaarprijs 2017. Wat maakt dit project zo succesvol? VJ sprak met eigenaar DELA Vastgoed en ontwikkelaar AM Real Estate Development om te praten over de sleutel tot succes in Kerkelanden en hoe de winkelsector hiervan kan leren.**

Winkelcentrum Kerkelanden is een belegging van DELA Vastgoed, één van de zestien winkelcentra die de winkelbelegger op dit moment in de portefeuille heeft. Het complex stamt uit 1973 en was in 1989 voor het laatst gerenoveerd. Kerkelanden kampte zoals zoveel wijkwinkelcentra in Nederland met een verouderde winkelstructuur die niet meer toereikeind was in het hedendaagse retaillandschap. Dit leidde tot leegstand en een gedateerde uitstraling. Daarom besloot DELA Vastgoed samen met AM RED het winkelcentrum flink onder handen te nemen.

“Er waren meerdere redenen voor de revitalisatie: zo gaven de ondernemers aan dat ze meer meters nodig hadden. Daarbij was de supermarkt niet goed gepositioneerd, zo was de Lidl onpraktisch verdeeld in twee vestigingen, food en non-food. Ook was de verbinding met het nabijgelegen Haakplein weg waardoor er leegstand optrad,” vertelt Frank Hendriksen, directievoorzitter DELA Vastgoed tegen VJ.

**Op één lijn**

AM RED heeft een ontwikkelingsvisie opgesteld en gezorgd voor een haalbaar proces waarbij alle winkels open konden blijven. Een belangrijke rol voor AM RED was om alle neuzen dezelfde kant op te laten wijzen. Raymon van Miltenburg, directeur AM RED vertelt: “Dit project had geen succes kunnen worden als we niet met alle belanghebbenden, van de gemeente tot de omwonenden, van de eigenaar tot de winkeliers, op één lijn zaten. Doordat je duidelijk communiceert met elkaar kan je voorkomen dat er onbegrip bestaat en dat winkeliers en omwonenden dwars gaan liggen. Ook een goede voorbereiding is belangrijk zodat je niet voor grote verrassingen komt te staan tijdens de herontwikkeling.”

De grootste uitdaging was volgens Van Miltenburg de nieuwe lay-out van het winkelcentrum. “Het winkelcentrum was volledig in gebruik tijdens de herontwikkeling en we hebben gefaseerd gewerkt. Het meest ingewikkelde was het verschuiven van de winkeliers binnen het winkelcentrum. Het was een grote puzzel om de overlast zo min mogelijk te maken en de loopstromen goed te houden zodat winkeliers nog goed bereikbaar waren. Het is van belang om iedereen op voorhand te overtuigen dat er geen verliezers zijn, maar dat je samen naar een doel werkt.”

En dat heeft resultaat opgeleverd. Door uitstekende procesbeheersing van AM RED is het project namelijk binnen budget en zeven maanden voor de geplande datum in 2017 afgerond. Van Miltenburg: “De ondernemers, omwonenden en winkeliers zijn erg enthousiast. Het winkelcentrum is weer toekomstbestendig en de bezoekersaantallen zijn stijgende.”

**Investeringsslag winkeliers**

Behalve dat er 2.300 vierkante meter is toegevoegd, is er ook flink geïnvesteerd in de uitstraling van het winkelcentrum. Hendriksen vervolgt: “We hebben bewust gekozen om de passages te optimaliseren en verbreden om zo het winkelende publiek meer ruimte te geven. Ook is het plafond met een aantal meters verhoogd om meer licht te creëren en hebben we de horeca een nieuwe plek gegeven, evenals het toevoegen van bankjes door het winkelcentrum heen en openbare toiletten.”

Dit had ook een positief effect op de winkeliers, vertelt Vincent Kriek, investment manager bij DELA Vastgoed.

“De herontwikkeling gaf hen de aansporing om ook hun eigen winkel aan te pakken, door middel van een nieuwe pui of inrichting. Alle winkeliers zijn meegegaan in de investeringsslag. Dit werkte als een soort olievlek en we hebben met alle huurders een nieuwe huurovereenkomst gesloten.”

**Ontwikkelen vanuit de consument**
Jan Ruitenberg, adjunct-directeur AM RED, stipt het belang van de consument aan bij een herontwikkeling: “Als ontwikkelaar denk je mee met je opdrachtgever, in dit geval DELA Vastgoed. Maar uiteindelijk gaat het om de consument, hoe zorg je ervoor dat je die aan je project weet te binden? De klant besluit thuis al of hij wel of niet naar je winkelcentrum toegaat. Dus je moet een herontwikkeling nadrukkelijk zien vanuit de klant.”

Daarom hebben DELA Vastgoed en AM RED uitgebreid onderzoek gedaan, zoals buurtanalyses en klankbordgroepen opgericht, om zo te achterhalen wat de wensen waren. “Dit leidt tot beslissingen die je misschien niet zo snel zal nemen vanachter je bureau. Omdat je er simpelweg niet aan denkt of dat je de kosten het niet waard vindt.” Voorbeelden zijn bijvoorbeeld de komst van de buurtbieb en het introduceren van openbare toiletten. “Vanuit de buurt was hier een vraag naar en ook al zijn dit meters die je niet kan verhuren, je komt zo een behoefte tegemoet en kan je de bezoekers langer aan je winkelcentrum binden,” vertelt Ruitenberg.

Kriek voegt hier aan toe: “Mensen moeten zich thuis voelen, je ontwikkelt namelijk een wijkwinkelcentrum voor de bewoners. Zij hebben Kerkelanden omarmt als hun plek in de wijk. Het was ook niet onze verbouwing, maar die van de wijk, hun huiskamer kreeg een opknapbeurt.”

**Binding**
Ruitenberg erkent dat Kerkelanden al een goed vooruitzicht had, wat winkeliers ook vertrouwen gaf in de toekomst: “Het winkelcentrum functioneerde al goed in de basis. Het primaire verzorgingsgebied telt ongeveer 10.000 inwoners, zo’n 4.500 huishoudens. Maar het secundaire verzorgingsgebied is nog groter en kapitaalkrachtig, je komt dan op ongeveer 20.000 inwoners uit.” Toch benadrukt Ruitenberg dat deze aantallen niet per se een succes garanderen. “Het heeft te maken met binding. Het feit dat de mensen er zijn, hoeft niet te betekenen dat ze ook komen. Ze hebben namelijk een keuze uit verschillende winkelgebieden. Maar je kan in Kerkelanden gratis parkeren, er is een goede selectie aan winkeliers en nu heeft het winkelcentrum ook een vernieuwde uitstraling.”

**Langetermijnvisie**
Van Miltenburg is ook te spreken over de gedeelde visie voor Kerkelanden: “Soms heb je te maken met opdrachtgevers die niet naar de lange termijn kijken, maar juist alleen de kasstroom voor ogen hebben. Er is meer dan €16 miljoen in dit project gestopt, een fors bedrag. Maar als je dit binnen drie jaar terug verdiend wil hebben, dan kan je dit dus niet voor elkaar krijgen. Er wordt dan voor een cosmetische ingreep gekozen, zoals een nieuwe gevel, in plaats van drastisch ingrijpen. Gelukkig kwamen in dat opzicht de visies van DELA Vastgoed en AM RED goed overeen.”

**Toekomst van het winkelen**
Nu het winkelcentrum bekroond is met de NRW-prijs en goed functioneert, is het tijd om het vastgoed in de verkoop te doen? Volgens Kriek niet: “Wij houden Kerkelanden voorlopig in belegging en zijn tevreden met de huidige structuur. We hebben geen plannen om op de korte termijn verder uit te breiden. Daar zien wij geen aanleiding toe, omdat het winkelcentrum nu optimaal functioneert en het niet logisch is qua structuur.” Daarbij heeft DELA Vastgoed een duidelijk beleid voor ogen: de winkelbelegger wil wijkwinkelcentra van maximaal 10.000 vierkante meter met daarin trekkers zoals supermarkten en een nadruk op food.

Kriek: “Wij geloven niet in dat stapje extra naar een wijkwinkelcentrum plus. Er is sprake van een tweedeling in de markt: consumenten gaan voor de dagelijkse boodschap naar het wijkwinkelcentrum en voor de niet-dagelijkse zaken gaan ze naar de grote steden voor de beleving. Je moet als winkelbelegger een duidelijk focus hebben met je vastgoed met een goede positionering en een duidelijke branchering.”

**Korte levenscyclus**

De les van Kerkelanden is voor DELA Vastgoed duidelijk. Hendriksen: “De levenscyclus van winkelcentra wordt steeds korter. Dus het is van belang om tijdig te investeren om het niveau te behouden. Niet alleen cosmetisch opknappen en dan weer 30 jaar op de plank laten liggen. We hebben dit winkelcentrum structureel aangepakt en toekomstbestendig gemaakt, maar hier houdt het niet op voor ons. We blijven constant monitoren wat het winkelcentrum nodig heeft en we blijven investeren om onze portefeuille op niveau te houden.”

Tot slot zegt Hendriksen: “Vroeger werd er alleen gerenoveerd als er meters toegevoegd konden worden. Maar het effect van een verbouwing op je passantenstroom is zo positief dat het aantoont dat we ons revitalisatieprogramma moeten intensiveren. We hoeven niet per se meters toevoegen, dat is in de huidige markt ook lastig. Dus we zetten in op kwaliteit toevoegen en behouden.”

*Betrokken partijen bij dit winkelcentrum zijn naast eigenaar DELA Vastgoed en ontwikkelaar AM Real Estate Development, tevens beheerder Colliers, architect Sum+ Architecten en Bouwbedrijf Pennings.*

Kimberly Camu