

Jan Ruitenberg (AM RED): 'Een succesvol retailconcept kijkt vooruit'

27-02-2018 11:21

Iedereen herkent het wel: midden in een winkelcentrum doemt een grote winkelruimte op met het plakkaat 'te huur' op de ramen. Vroeger zat daar de V&D of een Kijkshop, winkelketens die het straatbeeld in Nederland vele jaren domineerden. Het omvallen van grote winkelketens is enkel het topje van de ijsberg. De explosieve groei van e-commerce speelt een grote rol in de leegstand onder retailvastgoed.

USP sprak Jan Ruitenberg, adjunct-directeur AM Real Estate Development (AM RED), over zijn visie op het ontwikkelen van bestaand en nieuw retailvastgoed naar aanleiding van het onderzoek dat Vastgoedjournaal en USP Marketing Consultancy doen naar leegstand en retailvastgoed. Geef via [deze link](#) zelf uw mening en doe mee aan het onderzoek!

Strategie

Wat is de strategie van AM RED? "Als ontwikkelaar maken wij grofweg onderscheid tussen twee werkvelden: nieuw te ontwikkelen gebieden en het transformeren van een bestaand gebied. In onze portefeuille van ruim 100.000 m2 winkelvastgoed, verdeeld over ongeveer 20 locaties, komen beide werkvelden aan de orde met een specifieke aanpak. Echter blijft het in kaart brengen van de doelgroep een van de belangrijkste onderdelen. Hierin is het bepalen van de huidige doelgroep maar één helft. Gezien de verschuiving in de bevolkingssamenstelling, en met name de vergrijzing, verandert de behoefte aan diverse voorzieningen. Daarom is het enorm belangrijk dat er ook gekeken wordt naar de toekomstige samenstelling van de buurt. Zo is er bijvoorbeeld interesse vanuit diverse zorgaanbieders in retailvastgoed op locaties waar de vergrijzingsgraad hoog is. Het in kaart brengen van intrinsieke behoeften, nu en in de toekomst, blijft één van de succesfactoren."

[Nieuwkomer Hutspot](#) laat zien dat er op een andere manier succes te behalen is. Met een verfrissende kijk op winkelpositionering hebben zij de kracht van diverse markten en segmenten gecombineerd om zich te onderscheiden van het traditionele winkelen. Het mixed-use-concept is een voorbeeld van een kansrijke oplossing om invulling te geven aan grote leeggevallen objecten.

Positionering

In het verleden was een winkel de enige manier om producten aan de man te brengen. Echter met de explosieve opkomst van e-commerce dient de retailsector terug te gaan naar de tekentafel. "Vroeger vervulden winkeliers een logistieke rol, maar dit is niet meer toekomstbestendig dus er zal gekeken moeten worden naar een nieuwe positionering," aldus Ruitenberg.

Winkeliers kunnen platforms zoals Amazon en Bol.com, die online ruimte aanbieden voor winkeliers, gebruiken om hun producten via online kanalen aan te bieden. "Het grote bereik is met een eigen online omgeving namelijk niet gemakkelijk te realiseren. Daarnaast kunnen inkoopvoordelen gerealiseerd worden indien dit in coöperatief verband gebeurt," zegt Ruitenberg.

Welke drie mogelijkheden dienen te worden meegenomen bij het vernieuwen of herontwikkelen van een winkelgebied? is een van de vragen uit het onderzoek. Wat is uw mening hierover? Deel het [hier](#).

Verrassen

Onderdeel van de positionering moet volgens Ruitenberg 'verrassing' zijn: "Belangrijk is dat je de consument verrast door invulling te geven aan behoeften die verder gaan dan de koopbehoefte. In samenwerking met

DELA Vastgoed wonnen wij de NRW jaarprijs met de [herontwikkeling van winkelcentrum Kerkelanden](#) in Hilversum. Onze focus lag op een winkelcentrum creëren waar ontmoeten en verblijven centraal staat, inclusief openbare toiletten en voldoende gratis parkeergelegenheid rondom het winkelcentrum. Het gaat juist om kleine dingen die het verschil maken."

Dynamische verantwoordelijkheid

Bij het toekomstbestendig invulling geven aan retailvastgoed komen diverse stakeholders kijken. De grote vraag is wie de leiding en verantwoordelijkheid moet nemen. Ruitenbergh: "Dat hangt heel erg af van het gebied. Kijkend naar grote en planmatige winkelgebieden hebben vastgoedeigenaren vaak voldoende slagkracht om zelf de regie te voeren. In de kleinere gebieden met versnipperd eigendom is het echter complexer. Daar heeft bijvoorbeeld niet iedere ondernemer in gelijke mate last van het leegstaande vastgoed. Maar er komt een moment dat er ingegrepen moet worden om erger te voorkomen. Hierin speelt de gemeente, en ook de provincie, een belangrijke rol. Zij zijn op dat moment verantwoordelijk voor de invulling van het publiek domein en voeren de regie op de mogelijke bestemmingen. En die verantwoordelijkheid gaat niet direct om geld maar juist om de flexibiliteit binnen ruimtelijke invulling en het in kaart brengen van behoeftes in het gebied. Wanneer hier invulling aan gegeven is, zijn de ondernemers vaak prima in staat die verantwoordelijkheid weer over te nemen. En die verschuiving van verantwoordelijkheid is ook goed."

Retailonderzoek

Kortom het blijft maatwerk per gebied, doelgroep en segment. Retailvastgoed is een uitdagend speelveld waar zeker kansen liggen om succesvol en onderscheidend te zijn. Om die kansen en trends cijfermatig in kaart te brengen hebben wij in samenwerking met Vastgoedjournaal een onderzoekomgeving opgezet waar u uw visie met ons kunt delen. Via [deze link](#) is de onderzoekomgeving te bereiken. Wij hopen op uw deelname!

Foto en tekst: Remco Hoeffnagel (USP Marketing Consultancy).

Remco Hoeffnagel