

Deze factoren maken een winkelgebied tot een succes

11-04-2018 10:29

De afgelopen jaren heeft de retailsector in Nederland het flink te verduren gehad. Zo is de winkelstraat flink veranderd door een groot aantal faillissementen en hebben verschuivingen van fysiek naar online winkelen effect gehad op het aantal winkels. Daarnaast is er ook verandering in het bestedingspatroon van de consument: dagelijkse boodschappen dan niet-dagelijkse aankopen. Toch zijn er een aantal voorbeelden van succesvolle winkelgebieden te vinden in Nederland. Daarom ging VJ mee op [RetailSafari](#) om Winkelhart Almere, winkelcentrum Gelderlandplein in Amsterdam en Stadshart Amstelveen te bezoeken en te zien wat hun sleutel tot succes is.

Eerst wat cijfers op een rij: Nederland telt in totaal 31,1 miljoen vierkante winkelmeters. Volgens onderzoeksbureau Locatus zijn er duidelijke signalen van herstel in het winkellandschap in Nederland. Zo is het leegstandspercentage aan het dalen: lag het percentage in 2016 nog rond de 11%, dit jaar is het leegstandspercentage van de verkooppunten 7%. Maar wat maakt een winkelcentrum succesvol? En hoe onderscheid je jezelf tussen de 2.477 winkelgebieden die Nederland rijk is?

Samenwerking

In Almere is intensieve samenwerking de reden voor succes. De binnenstad van Almere heeft een flink aantal uitdagingen gehad de afgelopen jaren, waaronder een groot overschot aan winkelmeters. Zo werd er zo'n 88.000 vierkante meter aan de winkelvoorraad toegevoegd vlak voor de crisis. Winkeliers, vastgoedeigenaren en de gemeente hebben hierbij intensief samengewerkt om de grote leegstand op te lossen.

Dit was nog niet zo makkelijk omdat het centrum van Almere, met circa 466 winkels, meerdere eigenaren telt. Een groot deel van het winkelvastgoed is in handen van twee institutionele beleggers. Zo is het voormalige Corio, het huidige Klépierre, eigenaar van 76 winkels in het centrum (met een oppervlakte van 29,831 vierkante meter) en heeft Unibail-Rodamco circa 130 winkels in portefeuille (met een oppervlakte van 89.500 vierkante meter).

Professionele ondernemingsvereniging

De overige winkels zijn in handen van circa 17 andere eigenaren, zoals lokale beleggers en eigenaar-gebruikers, vertelt Martin Ort, directeur van de ondernemingsvereniging Almere (OVSA). "Naast het versnipperde eigendom, waren er ook zes verschillende ondernemersverenigingen actief. Dit hebben we gecombineerd naar één professionele ondernemersvereniging." Daarbij werkt OVSA intensief samen met de gemeente, city marketing, beleggers en ondernemers om Almere steeds te verbeteren. OVSA en de gemeente staan dagelijks met elkaar in contact, vertelt Ort.

Beste Binnenstad

Om Almere op de kaart te zetten is er ook flink geïnvesteerd in een promotiebudget, dat dit jaar zo'n €2,3 miljoen bedraagt. Alle partijen dragen hierbij financieel aan mee. Daarnaast is er een duidelijke visie opgesteld, de zogenaamde 'Zeven Pleinen strategie', waarbij ieder plein een eigen thema heeft en is er een sterke programmering van evenementen en wordt er geïnvesteerd in het onderhoud van de openbare ruimte en milieu. Alle inspanningen hebben geholpen: afgelopen jaar is Almere door Platform Binnenstadsmanagement uitgeroepen tot de Beste Binnenstad van 2017-2019 in de categorie middelgrote steden.

Verzorgingsgebied vergroten

Toch erkent Ort dat er nog uitdagingen zijn voor Almere. De stad heeft namelijk een kleiner verzorgingsgebied dan de andere twee winkelcentra die VJ tijdens deze RetailSafari heeft bezocht. Zo telt het centrum van Almere maar 4.000 inwoners, al heeft de gemeente de ambitie is om dit te laten groeien naar 15.000. Daarbij

heeft Citymall Almere, volgens cijfers van Unibail-Rodamco, een verzorgingsgebied van circa 1 miljoen mensen. Dit terwijl Stadshart Amstelveen het driedubbele telt, namelijk circa 3 miljoen mensen.

Kunstroute en vernieuwing

In winkelcentrum Gelderlandplein is er slim omgegaan met aantrekken van bezoekers. Zo exploiteert het winkelcentrum haar eigen buslijn en is het onderdeel van de ArtZuid kunstroute. Zo hebben de eigenaar van het winkelcentrum, de Kroonenberg Groep, en galerie Reflex Amsterdam een kunstcollectie samengesteld die door het hele winkelgebied wordt tentoongesteld.

Kroonenberg Groep werd in 2007 eigenaar van het winkelcentrum dat dateert uit 1968. Eerder werd het winkelcentrum aangepast en uitgebreid, maar in 2015 startte een grootscheepse renovatie in samenwerking met Multi Vastgoed en architectenbureau Rijnboutt. Na de ingrijpende verbouwing en uitbreiding van circa 7.000 m², telt het Gelderlandplein een oppervlakte van 27.200 m². Naast zo'n 100 winkels en restaurants, heeft Gelderlandplein ook een hotel, appartementen en kantoren.

Winkelcentrum is een warenhuis

Volgens ondernemer Rick Moorman, eigenaar van House of Men, is het succes van Gelderlandplein te verklaren door de goede sfeer en de diversiteit in aanbod. "Een winkelcentrum is een soort warenhuis en samen moet je er een succes van maken. Daarbij moet je nadenken als een ondernemer, niet als een detaillist. Hoe zorg je ervoor dat klanten naar je winkel toe blijven komen en hoe houd je ze in je winkel?"

Volgens Moorman, die met zijn House of Men een echte mannenwinkel heeft gecreëerd, gaat het om vooral om gevoel. "Ik wil mannen het gevoel geven dat het hun winkel is en hun op hun gemak laten voelen." Door middel van een aantal stilistische keuzes, zoals het weghalen van de zichtlijnen bij binnenkomst, waardoor klanten als het ware de winkel worden binnen gezogen wil Moorman de klanten blijven verrassen. Daarbij zijn er strategisch spiegels geplaatst en maakt hij gebruik van opvallende elementen zoals een kooi, een Harley Davidson motor en een boom midden in de winkel. Volgens Moorman is hierdoor de conversie met 70% gestegen en verblijven zijn klanten langer in de winkel.

De drie R'en

Voor Unibail-Rodamco, naast eigenaar van Citymall Almere ook eigenaar van Stadshart Almere, draait het om de drie r'en: retenanting, remarketing en redevelopment. Zo worden er allerlei events georganiseerd in Stadshart Amstelveen (remarketing) en worden er ieder jaar nieuwe huurders aangetrokken (retenanting), als onderdeel van de strategie om het winkelcentrum verfrissend en aantrekkelijk te houden voor bezoekers. In totaal bezit Unibail-Rodamco zo'n 140 winkels (83.500 vierkante meter) met 85 huurders in het winkelcentrum, dat 9,4 miljoen bezoekers per jaar trekt.

Redevelopment gaat de komende jaren de grootste rol spelen in Amstelveen, zo kondigde Unibail-Rodamco onlangs aan [tientallen miljoenen te willen investeren](#) in een overdekt vers- en horecaplein en worden de winkels bij de verlengde Rembrandtweg uitgebreid. "In 2005 kwam dit winkelcentrum in onze portefeuille en door de jaren heen hebben we grote en kleine verbeteringen en aanpassingen gedaan, maar nooit grootschalig herontwikkeld," vertelt Ambagtsheer al eerder aan VJ.

Volgens Ambagtsheer is dat niet de enige stap die wordt genomen. Er worden verschillende andere scenario's onderzocht, zoals bijvoorbeeld een logischere aansluiting van het Stadshart met de nieuwe Hudson's Bay en de herontwikkeling van het Buitenplein. Ambagtsheer zei al eerder tegen VJ: "Dit zijn nog geen concrete plannen met ontwikkelsommen en artist's impressions, maar de intentie is er. Het past ook allemaal in de structuurvisie van de gemeente, dus we zijn plannen aan het ontwikkelen." Een van de uitdagingen die Unibail-Rodamco in 2020 heeft zal de ondertunneling van de A9 zijn, waarbij twee afritten naar het Stadshart

wegvallen. Met de drie R'en strategie wil Unibail-Rodamco nieuwe redenen creëren voor bezoekers om naar Amstelveen te komen.

Sleutel tot succes

Tijdens de [Retailsafari](#) door Nederland, een event georganiseerd door Jan Willem van Hal en Suzanne van Kuijen, blijkt dat er genoeg inspirerende winkelgebieden zijn in Nederland. Ieder van de drie winkelcentra heeft zijn eigen uitdagingen en unique selling points, maar een duidelijke visie, samenwerking en meer bieden dan alleen een winkelen lijken de sleutel tot een succesvol winkelgebied te zijn.

Kimberly Camu