

Datagedreven gebruikersprofielen als basis voor plintprogrammering

27-08-2020 13:47

De ruimte op de begane grond van een gebouw met kantoren of woningen stelt veel projectontwikkelaars voor een uitdaging. Want hoe ga je de plint aantrekkelijk en rendabel invullen, zeker nu de coronacrisis ons parten speelt? Identiteitsdenken helpt te komen tot keuzes met impact. Een bijdrage van HTC Advies

Anna Casemier, managing partner bij HTC Advies: "Ons advies is ruim tijd te nemen voor de visiefase. Dat verdient zich later terug. Alles begint met de waarom-vraag: wat wil je bereiken met je plintprogrammering? In de analyse kijken we daarbij goed naar de identiteit van het gebied en de behoefte van de gebiedsgebruikers. Zo komen we tot een aansprekend en samenhangend geheel met financieel haalbare mogelijkheden voor ondernemers."

Dimensionering

Natascha Boerkamp, senior adviseur bij HTC Advies: "Plintprogrammering vraagt om vakmanschap. Wij zien dat het vaak mis gaat bij de dimensionering. Dat is letterlijk maatwerk. Hoeveel voorzieningen kan een gebied aan? Soms zijn de marktmogelijkheden kleiner dan de wensen. Daar heb je dan rekening mee te houden. Vaker wordt echter juist te klein gedacht. Dan zijn er meer marktmogelijkheden dan gedacht. Daarom is een sterke identiteitsanalyse zo belangrijk. Vanuit dit identiteitsdenken zie je kansen voor concepten die je anders had gemist. Het geeft ook antwoord op concrete vragen als: is er ruimte voor een hotel en zo ja, moet dat hotel 30 of 300 kamers hebben? Alleen zo kom je tot keuzes met impact."

Gebruikersprofielen

Aan de hand van gebruikersprofielen kun je een gebied helder in kaart brengen. Zijn de gebruikers hoofdzakelijk 'new middle class' met veel jonge gezinnen en voorkeur voor kwaliteit en veiligheid? Of zijn het 'young millennials' op zoek naar nieuwe ervaringen, of 'wereldbestormers' die zelfbewust, creatief en ondernemend zijn? Natascha Boerkamp: "Deze gebruikersgroepen hebben allemaal een ander horecaprofiel. Dat nemen we altijd mee in de plintprogrammering. De Horeca Profiel Finder die HTC Advies samen met MarketResponse (voorheen SAMR) ontwikkelt, geeft inzicht in de horecavoorkeuren van de doelgroepen, zodat de plintprogrammering daar effectief en efficiënt op kan inspelen."

Trends

Blijvende trends in de horeca zijn blurring (de combinatie van retail en horeca) en hybride horeca (take away en thuisbezorging). Anna Casemier: "In onze advisering houden we hier altijd rekening mee. Ook omdat deze trends iets zeggen over de achterliggende behoefte van mensen. Afhankelijk van de doelgroep wordt dit zichtbaar in klantgedrag. Met onze horecaprofielen weten we dit perfect te vangen. Nu we te maken hebben met de coronacrisis zien we dat met name de oudere doelgroepen veel behoefte hebben aan veiligheid en dus kiezen voor alternatieven voor het horecabezoek. Hybride horeca speelt in op deze behoefte. Vooralsnog gaan we ervan uit dat dit een blijvende ontwikkeling is."

Succesfactor

Variatie is een belangrijke succesfactor in de plintprogrammering. Daarbij gaat het om een interessante mix van horeca, retail en leisure, die gezamenlijk leiden tot een hoge belevingswaarde. Om dit te realiseren is een andere kijk op de traditionele keuze voor lage risico's en lange termijn zekerheid nodig. Op langdurige en dichtgetimmerde contracten komen immers alleen bekende namen, formules en ketens af. Natascha Boerkamp: "Om variatie te realiseren, is het noodzakelijk te kiezen voor een kortere looptijd van contracten en

soms een lagere huurprijs. Alternatieven voor een lagere huurprijs zijn ingroeihuren of omzetgerelateerde huren."

Anna Casemier: 'Wij brengen dit stevast ter sprake in onze advisering. Daarbij zeggen we altijd: niemand heeft er wat aan als een ondernemer binnen korte tijd failliet gaat. Dus laten we samen kijken hoe we ondernemers kansen kunnen bieden én de plint kunnen behoeden voor leegstand.'

Omzetgerelateerde huur

De coronacrisis heeft de investeringsbereidheid van ondernemers flink aangetast. Door in gesprek te gaan over een basishuur als gegarandeerde huurprijs en een omzetgerelateerde huur die gekoppeld is aan de omzet van de ondernemer, creëer je kansen voor een grote diversiteit aan ondernemers. Het resultaat is win-win: als ondernemer durf je erin te stappen en als verhuurder loop je minder risico. Natascha Boerkamp: "Laat de staffelpercentages van omzetgerelateerde huur aflopen: des te hoger de omzet, des te lager de afdracht. En gun de ondernemer de meerwaarde van zijn extra meters. Dit getuigt van vertrouwen en waardering. Wat je geeft, krijg je terug."

Best practice Holland Park Diemen

HTC Advies was betrokken bij de plintprogrammering van Holland Park in Diemen, een wijk met een bruisend karakter. Uit een enquête onder toekomstige bewoners bleek dat een deel van de appartementen was gekocht door jonge mensen werkend in Amsterdam en ouders voor hun studerende kinderen. Anna Casemier: "We wisten dat we voor deze doelgroep niet moesten concurreren met de horeca in Amsterdam. Dat zouden we toch verliezen. Daarom hebben we gekeken naar wat past bij de identiteit van Holland Park."

Milena Piercy is ontwikkelingsmanager bij Bouwaccent Vastgoedontwikkeling en mede-ontwikkelaar van Holland Park. "In dit project hebben we samen met HTC Advies onderzocht hoeveel en welke horeca nodig is voor welke doelgroep en welke omzetverwachting daaraan vastzit. Dat is belangrijke input geweest voor de gesprekken met de ondernemers die in de plint ruimte wilden huren en met de gemeente Diemen. Daarbij hebben we trouwens ook gekeken naar de verhouding tussen horeca en andere voorzieningen en naar de parkeerbehoefte. Al met al kwamen we tot een sterk en duurzaam totaalconcept."

Dynamisch proces

Bij aantrekkelijke en rendabele plintprogrammering gaat het erom dat de diverse onderdelen elkaar versterken en samen de vibe creëren die past bij wat je wilt bereiken. Dit is een dynamisch proces, dat niet af is als de plintprogrammering staat. Het vraagt om een voortdurende dialoog tussen ondernemers, gebruikers en projectontwikkelaar. Bij de oplevering van de plintprogrammering is het belangrijk om afspraken te maken over hoe je deze dialoog gaande houdt. Make it happen...en doe dat vooral samen.

Natascha Boerkamp

senior adviseur HTC Advies

n.boerkamp@htcadvis.nl

06-53290152

Anna Casemier

managing partner HTC Advies

VASTGOED JOURNAAL

a.casemier@htcadvies.nl

06-12278300

Redactie