

De Winkelvernieuwers veroveren Nederland!

Indeling parallelsessies

Parallelsessie A: Van tweelaags winkelen naar één

Jaco Meuwissen, 3W real estate

Wim-Jaap Eising, Bouwinvest

Parallelsessie B: Centrumbeleving zoals de klant het wil

Walther van Leeuwe, Provast

Lena Dalerup, Bureau Binnenstad Den Haag

Parallelsessie C: Toenemend belang van food in winkelcentra

Bart van Twillert, Unibail-Rodamco

Bas Buvelot, Wereldhave

Parallelsessie D: Upgraden en optimaliseren binnen bestaande contouren

Martijn Vlasveld, CBRE Global Investors

Jeroen Smits, Wereldhave

Parallelsessie E: Herontwikkeling in kwetsbare gebieden

Arjan de Vries, Synchron

Paul Tankink, directeur, TVC Real Estate

Parallelsessie F: Het consumentenbrein: de sleutel tot succes van winkelgebieden

Marie-Anne Simons en Jan-Erik van Dijck, MindLogyx Retail

Parallelsessie G: Doemscenario's en data

Gertjan Slob, Locatus

Toelichting parallelsessies

Parallelsessie A: Van tweelaags winkelen naar één

Jaco Meuwissen, 3W real estate

De Barones in Breda is eind jaren '90 ontwikkeld in twee lagen. In 2013 startte 3W in opdracht van Kroonenberg Groep met de revitalisatie. Jaco Meuwissen geeft een toelichting op dit proces, waarin het optimaliseren van de eerste verdieping een belangrijk vraagstuk was. Directe koppeling van begane grond en verdieping loste dit op en maakte tegelijkertijd grotere winkelunits in de binnenstad van Breda mogelijk.

Wim-Jaap Eising, Bouwinvest

In 2002 werd Westerhaven in Groningen geopend als GDV-locatie. Wim-Jaap Eising vertelt over de herontwikkeling die Bouwinvest twaalf jaar later initieert. In plaats van de twee lagen met winkels, komen minder en grotere winkelunits met een interne ontsluiting. Door een nieuwe, meer modische invulling ontstaat een binnenstedelijk winkelmilieu met Primark als nieuwe trekker.

Parallelsessie B: Centrumbeleving zoals de klant het wil

Walther van Leeuwe, Provast

Lena Dalerup, Bureau Binnenstad Den Haag

De retailbranche schiet snel in de verdediging als het gaat om weidewinkels, terwijl initiatiefnemers en nieuwe toetreders vaak aanvoeren dat de grote winkeloppervlakten in de historische centra niet beschikbaar zijn. Bovendien zou de klant graag naar die perifere locaties gaan. Maar is dat wel zo? We beschouwen de Grote Marktstraat e.o. in Den Haag, waar in korte tijd een aantal vernieuwde, grote winkels hun deuren hebben geopend en waar de klantbeleving echt wordt geprikkeld. Den Haag werkt al jarenlang consequent aan de haar winkelhart. Daarbij gaat het naast de juiste formules in de juiste panden, ook en misschien nog wel meer om de kwaliteit en inrichting van de openbare ruimte, de bereikbaarheid, het parkeren, etc.

Parallelsessie C: Toenemend belang van food in winkelcentra

Bart van Twillert, Unibail-Rodamco

Unibail-Rodamco als grootste eigenaar van het centrum, werkt momenteel aan de herontwikkeling van Leidsenhage, om de positie van het winkelcentrum in de regio te versterken en te zorgen dat het klaar is voor de toekomst. Als onderdeel van de herontwikkeling zal ca. 25.000 m² BVO winkels en een bioscoop aan het centrum worden toegevoegd. Ongeveer 30.000 m² BVO aan kantoren wordt gesloopt. De bestaande bebouwing wordt gerenoveerd en krijgt dezelfde look en feel als de nieuwbouw.

Unibail-Rodamco heeft de ambitie om het 'food'-aanbod in haar winkelcentra te gebruiken om bij te dragen aan een unieke winkelbeleving. Daarom investeert Unibail-Rodamco in uniek vormgegeven omgevingen die tezamen met een breed aanbod en kwalitatief hoogstaande evenementen een ware beleving voor de consument vormen. Binnen Nederland is de herontwikkeling van Leidsenhage het belangrijkste project voor Unibail-Rodamco en ook hier zal een hoogwaardig en uniek 'food'-aanbod worden gecreëerd.

Bas Buvelot, Wereldhave

Wereldhave heeft in 2013 voor het bijna veertig jaar oude winkelcentrum Kronenburg in Arnhem een masterplan opgesteld met als doel om het winkelcentrum weer te laten voldoen aan de wensen van de hedendaagse consument. Inmiddels zijn meerdere delen van het plan uitgevoerd. Hierbij is

speciale aandacht gegeven aan de toenemende interesse bij de consument voor food en horeca. Zo heeft Wereldhave de versspecialzaken geclusterd tegenover de entree van een grote supermarkt en is de verblijfsfunctie van de twee pleinen in het centrum aangepakt door middel van een facelift en het toevoegen van verschillende horeca en faciliteiten. Deze aanpak heeft in 2015 inmiddels geleid tot een bezettingsgraad van bijna 100% en een forse toename in zowel het aantal bezoekers als de gemiddelde verblijfstijd van bezoekers.

Parallelsessie D: Upgraden en optimaliseren binnen bestaande contouren

Martijn Vlasveld, CBRE Global Investors

De Heuvel Galerie in Eindhoven is inmiddels 23 jaar oud en was een kind van zijn tijd. Inmiddels is het centrum ingrijpend aangepast en up to date gemaakt. Het winkelen over 3 lagen blijkt in een druk bewinkelde binnenstad niet goed te lopen. Bovendien is er tegenwoordig behoefte aan grote winkeloppervlaktes voor internationale ketens. Daarin voorziet de geheel vernieuwde galerie, na een grote investering in de herontwikkeling. Ook de entree is ingrijpend aangepast, op de begane grondvloer is een vide vervangen door een evenementenplein, de verlichting is gemoderniseerd, waardoor het verlichtingsniveau sterk is verbeterd en de mogelijkheid er is om in het gehele centrum door middel van kleureffecten de sfeer te veranderen. Duurzaamheid was een belangrijk thema bij de herontwikkeling, waardoor onder andere de servicekosten sterk zijn verlaagd.

Jeroen Smits, Wereldhave

Wereldhave heeft in Nederland een aantal winkelcentra in portefeuille welke geoptimaliseerd worden met als doel deze te moderniseren en weer aan te laten sluiten op de wens van de consument. Winkelcentrum Koningshoek in Maassluis bevindt zich momenteel in en deze optimalisatie slag. Wereldhave heeft gekozen voor een aantal duidelijke uitgangspunten voor de renovaties. Deze hebben met name betrekking op de structuur, vormgeving, faciliteiten, sfeer en beleving van het winkelcentrum. Wereldhave geeft een toelichting over hoe zij op een efficiënte en succesvolle wijze een bestaand winkelcentrum optimaliseren.

Parallelsessie E: Herontwikkeling in kwetsbare gebieden

Arjan de Vries, Synchron

Maatschappelijk gezien is op veel plaatsen herontwikkeling nodig van winkelcentra in kwetsbare wijken. Praktisch gezien zijn er de nodige obstakels te overwinnen. In deze sessie een geslaagd voorbeeld.

Als onderdeel van een grootschalige herstructurering van de wijk Babberspolder-Oost in Vlaardingen is het oude winkelcentrum Van Hogendorpkwartier gesloopt. Op de locatie verrees een nieuw modern winkelcentrum in combinatie met woningen. Uitdagingen lagen onder andere bij de business case, het verbeteren van de koopkrachtbinding en het verbeteren van de leefbaarheid. Arjan de Vries doet uit de doeken hoe hij in deze context tot een succesvol project kwam.

Paul Tankink, directeur, TVC Real Estate

Gewoonlijk houdt de binnenstad relatief goed stand terwijl in buurt- en wijkcentra problemen ontstaan. In het Stadshart van Lelystad is dit juist omgekeerd, door de concurrentie van sterke wijkcentra, Bataviastad en het voormalige hoofdcentrum van de stad, Lelycentre. De oplossing wordt gezocht in het compacter maken van het Stadshart. Een flinke uitdaging voor een gebied met versnipperd eigendom. Toch is het gelukt om afspraken te maken met alle betrokken partijen, ondernemers, eigenaren en gemeente. Binnen 6 maanden is men volop aan de slag met een concrete uitvoeringsagenda. Paul Tankink laat zien hoe en deelt de lessen die hij heeft geleerd.

Parallelsessie F: Het consumentenbrein: de sleutel tot succes van winkelgebieden

Marie-Anne Simons en Jan-Erik van Dijck, MindLogyx Retail

Winkelvernieuwers van de 21ste eeuw zullen zich steeds meer moeten focussen op de sociale functie van winkelgebieden om deze een kans van slagen te geven. Deze functie, die vroeger in de oude stads -en dorpskernen en markten centraal stond, is door allerlei ontwikkelingen op de achtergrond geraakt. De omgeving verandert, niet de consument. MindLogyx Retail licht toe waarom recent wetenschappelijk inzicht in gedrag en motivatie bepalend zal worden voor de ontwikkeling, organisatie en ook het rendement op investering van winkelgebieden.

Parallelsessie G: Doemscenario's en data

Gertjan Slob, Locatus

De wildste scenario's doen de ronde over het aantal winkels dat de komende jaren zal verdwijnen. Locatus onderzocht een aantal mogelijke scenario's op basis van data uit het verleden. Gertjan Slob laat zien dat het aantal verkooppunten in de komende tien jaar zeker krimpt, maar dat de impact verschilt per regio, type winkelgebied, grootte van de plaats en de plek binnen een winkelgebied.