

OPTIMALISEREN VAN WINKELCENTRA

VAN 2 NAAR 1, IS DAT ALLES?

Jaco Meuwissen

Winkelvernieuwers veroveren Nederland
2 februari 2016

PROPERTYNL
Voorop in vastgoed 

real
estate
3W

3W real estate



3W real estate

- > Core business : (her-) ontwikkeling vastgoed
- > Focus : retail & hospitality
- > Nederland en België
- > Kantoren : Amsterdam & Maastricht
- > Joint Venture België : Value Partners
- > Track record sinds 1970
- > 25 medewerkers
- > Onafhankelijk

Waarom deze opgave? Oorzaak

Jaren '80 en '90 druk op binnenstad:

- > Grote vraag vanuit fashion retailers
- > Concurrentie tussen steden
- > Schaalvergroting

Waarom deze opgave? Gevolg

Jaren '80 en '90 ingrepen in stadscentra:

- > Uitbreiding vloeroppervlak
- > Grotere units
- > Beperkte uitbreiding kernwinkelgebied
- > Overdekt: ontstaan binnenstedelijke mall-concept

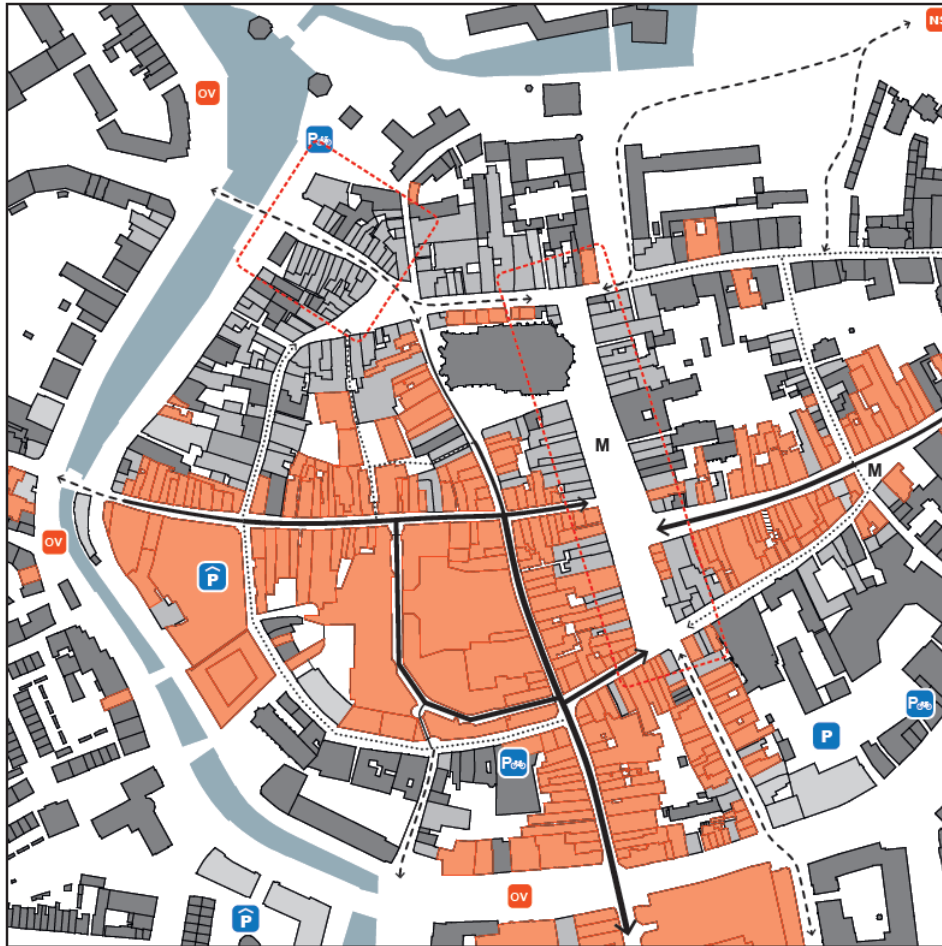
De Barones



Wat is de opgave?

- > Veroudering
- > Niet meer bij de tijd
- > Saai
- > Aansluiting kernwinkelgebied
- > Intern gericht
- > Oppervlakte van de winkelunits
- > Leegstand op etage oplossen
- > Gebrek aan horeca

De situatie



Breda

- hoofdwinkelroute
- - - aanloopstraten
- dwaalcircuit
- ▭ horecaconcentratie
- M markt

Kansen

- > Inbedding kernwinkelgebied
- > Van introvert naar extravert
- > Attentiewaarde entreepartijen
- > Faciliteren schaalvergroting
- > Iconische shop fronts
- > Verrassen en licht
- > Toename horeca concepten in retailomgeving

Eten is het nieuwe shoppen

Steeds vaker wordt de aantrekkelijkheid van winkelcentra bepaald door de aanwezige foodservice. Ook in 'de nieuwe winkelomgeving' beslaat 27,6 procent van het aanbod horeca.

Grote retailketens als IKEA en HEMA weten dat ze klanten kunnen trekken met verschillende eetmomenten. Voor retailers zaak om niet alleen het hoofd en het hart van de klant te veroveren, maar vooral de maag.

Door Pascal Kulpers



SOCKER
Energie 100% uit
natuurlijke
suiker
van
HEMMA

'De definitie van een succesvol en aantrekkelijk winkelcentrum: volle tassen op de terrassen'

IKEA FOOD

DEKA FOOD SERVICES
DEKA SERVICECENTRUM
DEKAWEG 1
3720 XG UTRICHT

Art. Omsch.	W. / M.	Subst.
1. 1000011111	2,00	1,00
Totaal		1,00
BTW Customer Service		0,00
Tot Subtotaal		1,00
Overname		0,00
Totaal T.T.		1,00

RF: 1001111111
20-01-2014 08:51
Kassa 2 - Kassa - 0000011111

real
estate

3W

Horeca in retailomgeving

- > Horeca-aandeel in centrale winkelgebieden:
2005: 24%
2015: 28%
- > 37% van de consumenten, horeca belangrijk onderdeel shopping experience
- > Primair bezoeks-motief voor 18% van de consumenten
- > Gemiddelde besteding horeca : ± € 12,20 p.p.p.bezoek
- > Optimaal : 25% vvo invullen met horeca

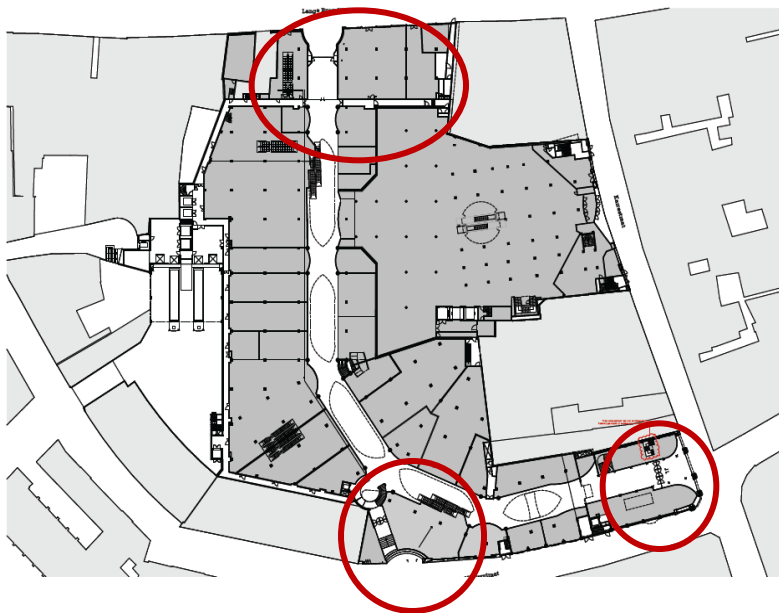
Bron: CBRE food & Beverage in winkelcentra 2016

De aanpak

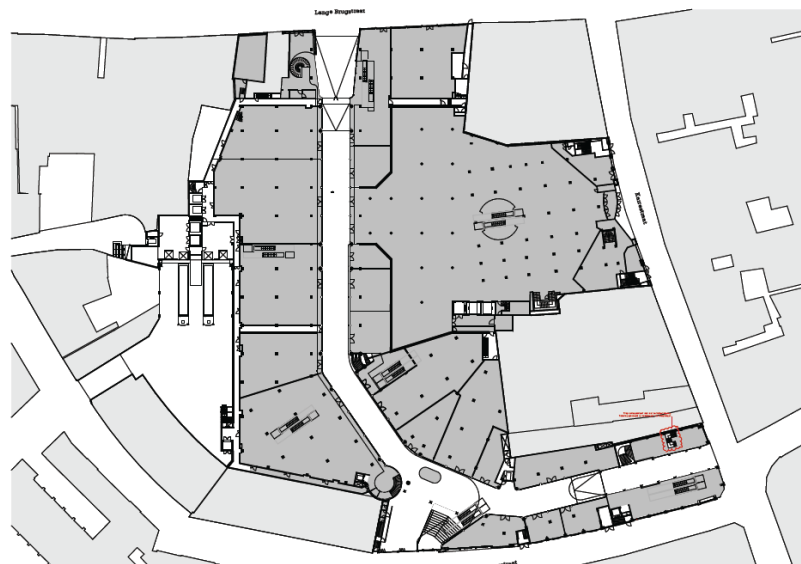
- > Samenvoegen begane grond en 1^e verdieping
- > Exposure bestaande entreepartijen
- > Toevoegen nieuwe entree
- > Creëren van grotere oppervlakten
- > Toevoegen volwaardig horecaconcept

De ingrepen : entreegebieden

BG bestaand



Overzicht begane grond nieuw







real
estate

3W





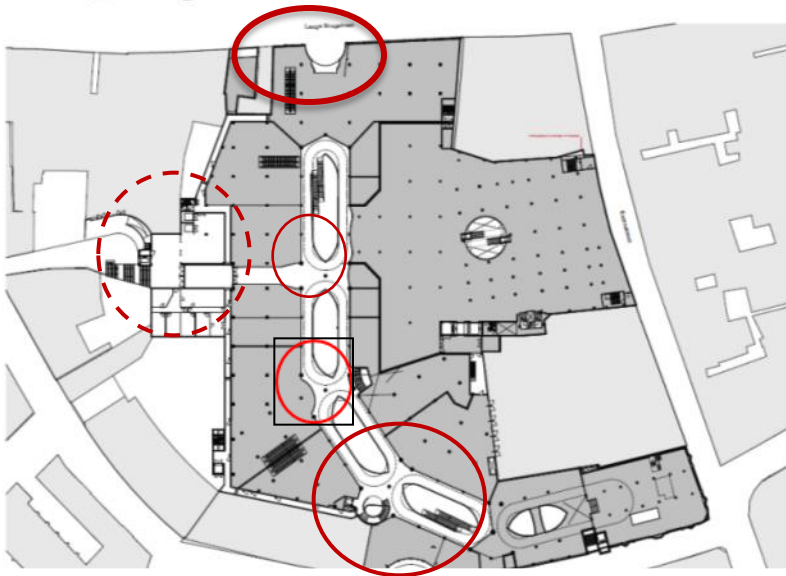


real
estate

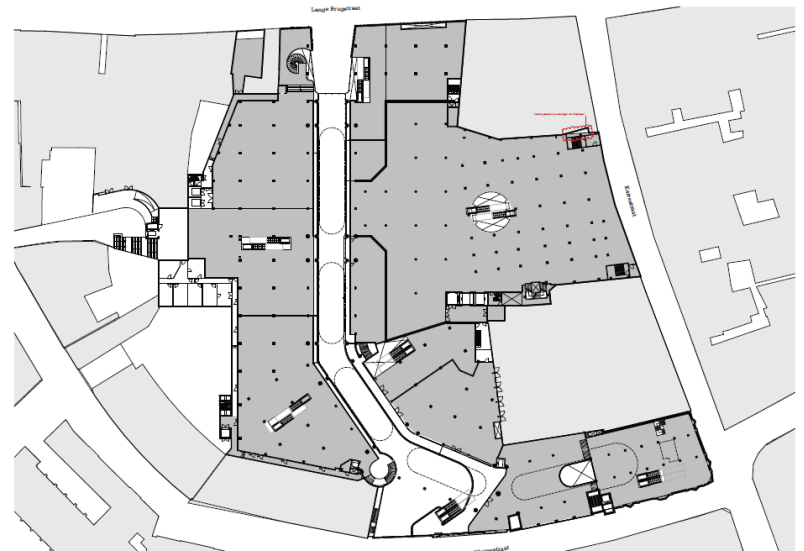
3W

De ingrepen: samenvoegen BG en +1

Verdieping bestaand



Overzicht verdieping nieuw







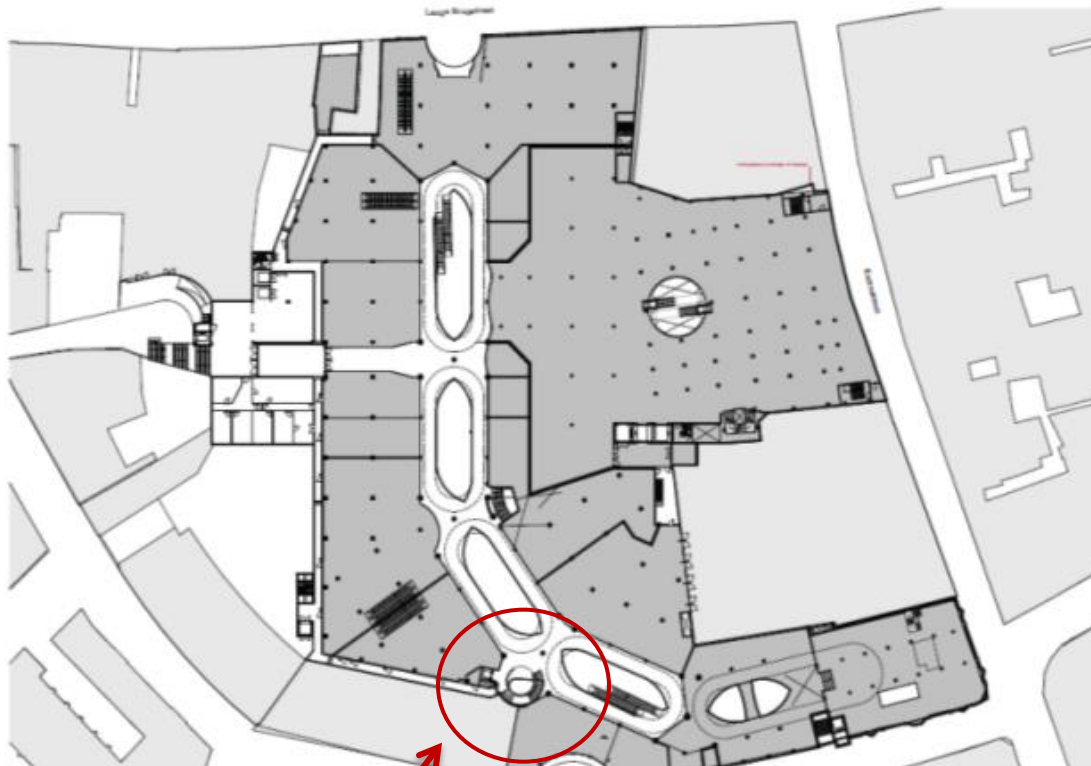
real
estate

3W



Toevoegen horecaconcept

Verdieping bestaand



Volwaardig horecaconcept







real
estate

3W







Kalvertoren

Kalvertoren
SHOPPINGCENTER

GUESS

SNELBUFFE

real
estate

3W

Opgave Kalvertoren

- > Behouden van sterke marktpositie in snel veranderende retailmarkt
- > Terugdringen leegstand
- > Impuls bezoekersaantallen
- > Optimaliseren huurstromen

Aanpak Kalvertoren

- > Samenvoegen BG en +1
- > Verbeteren zichtlijnen
- > Entreepartijen benadrukken
- > Creëren grote oppervlakten



















De Hofpassage



Opgave De Hofpassage

- > Oplossen leegstand
- > Aantrekkelijkheid vergroten
- > Geen passagestructuur meer
- > Van kleine oppervlakten naar grote
- > Impuls bezoekersaantallen
- > Optimaliseren huurstromen

Aanpak De Hofpassage

- > Herstel winkelcircuit
- > Ontwerpen aantrekkelijke gevels
- > Creëren grote oppervlakten



hede







Conclusie

- > Elke aanpak is maatwerk
- > Het is dus meer dan van 2 lagen naar 1 laag!

**Meer inspiratie?
3wrealestate.nl**

Bezoekadressen

Stationsplein 18E
6221 BT Maastricht

Apollolaan 171
1077 AS Amsterdam

Postadres

Postbus 5049
6202 WD Maastricht

043 763 03 00

043 763 03 01

info@3wrealestate.nl

www.3wrealestate.nl