

Verouderde winkelgebieden als aanjager van sterke steden

Jaco Meuwissen
Fanny Ritt

real
estate

3W

Wie zijn wij?

Creatieve projectontwikkelaar die aangename plekken realiseert waar mensen graag wonen, verblijven en elkaar ontmoeten



- Gevestigd te **Maastricht & Amsterdam**
- Track record sinds 1970
- 30 medewerkers
- Gedelegeerd & risicodragend ontwikkelaar



Barones, Breda



Sphinxkwartier, Maastricht



Hoofdkantoor DSM, Maastricht



De positie van stadsdeelcentra

Christaller; Centrale-plaatsentheorie

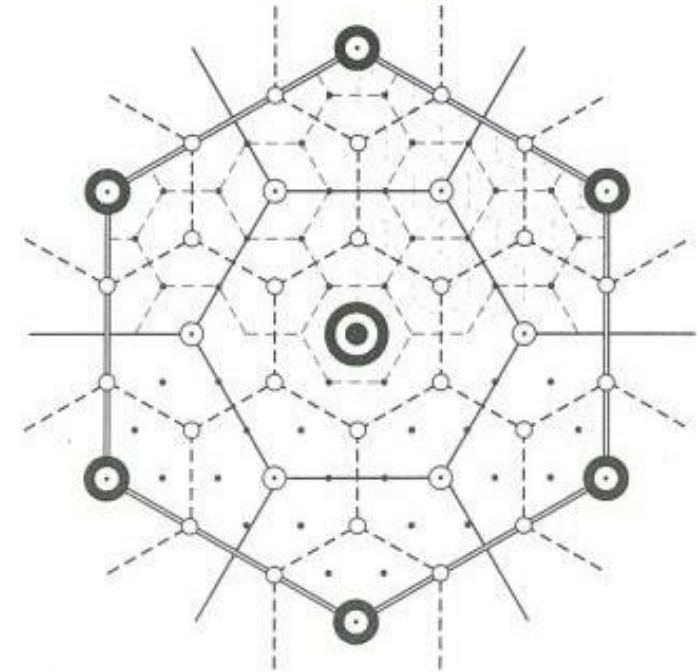
Ook als functionele hiërarchie van winkelconcentraties

- Stadscentrum
- Stadsdeelcentrum
- Wijkcentrum
- Buurtcentrum

Fijnmazige structuur van winkelvoorzieningen staat onder druk vanwege:

- Schaalvergroting
- Verandering in mobiliteit
- Internet (online bestedingen)

Interstedelijke verzorgingsstructuur volgens Christaller



Centrale Plaatsen:



Begrenzing verzorgingsgebieden:





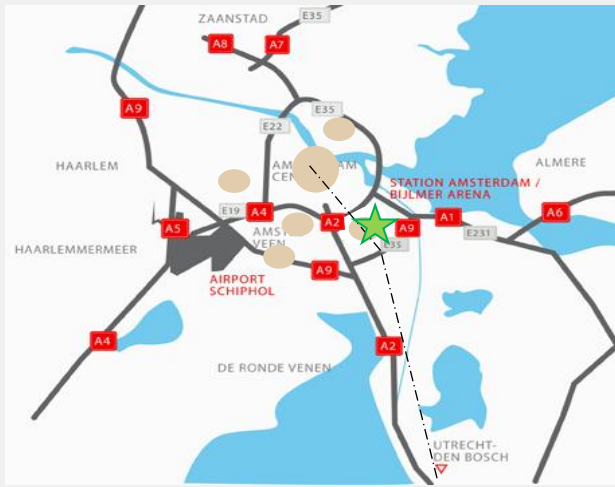
Aanpak van stadsdeelcentra

Verschillende strategieën mogelijk:

- De sprong voorwaarts -> versterken en groeien in retail;
Mall of the Netherlands
- Intensivering en herpositionering -> revitaliseren en functies toevoegen;
Amsterdamse Poort
- Verbreding en transformatie -> krimpen retail en functies toevoegen;
stadscentrum Bogaard

Amsterdamse Poort

Fanny Ritt – projectdirecteur 3W real estate



AMSTERDAMSE POORT

- Stadsdeelcentrum voor Amsterdam Zuidoost
- In eigendom van CBRE Investment Management
- 3W sinds 2017 fee-development voor hele transformatie
- Geopend in 1987
- Mix van (inter)nationale ketens en lokale ondernemers
- ± 50.000 m2 commerciële ruimten
- 1.700 parkeerplaatsen



Outlook Arenapoort



FASTEST GROWING REGION

In 10 min rijden bereik van **95.000** inwoners dat zal **groeien** naar **200.000** inwoners in 2040



EXCELLENT CONNECTIVITY

Gelegen tussen 4 snelwegen en direct naast een intercity/metro station (23M bezoekers per jaar)



EDUCATIONAL HUB

Hogeschool / ROC college / ING Campus / International school (**10.000+ studenten**)



INTERNATIONAL BUSINESS DISTRICT

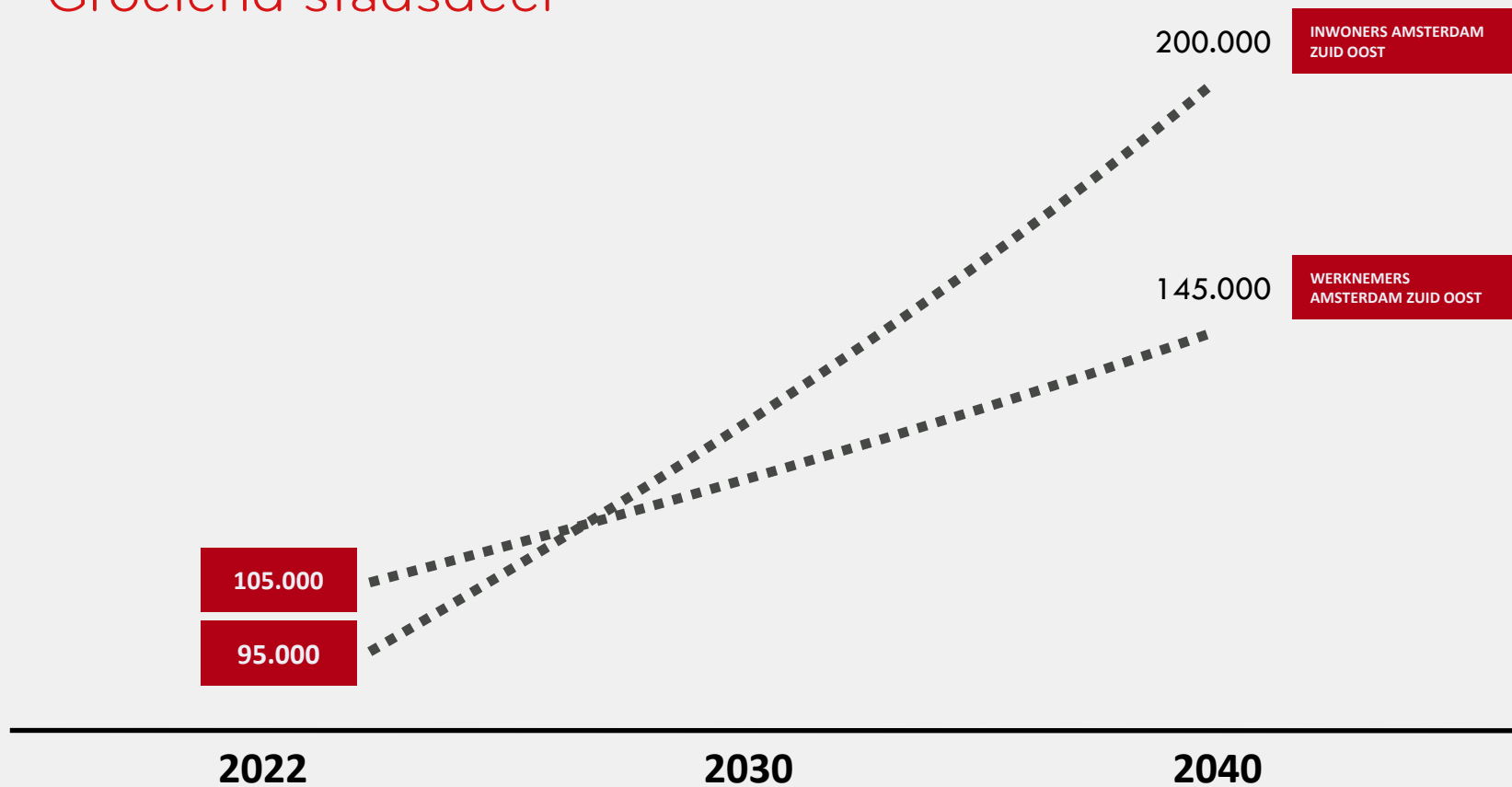
Top 5 international business district van Nederland, met een groei in kantorenaanbod van 20% voor de komende 10 jaar



LEADING ENTERTAINMENT AREA

Netherlands **grootste entertainment boulevard** met (inter)national aantrekkingskracht (16 MIO bezoekers per jaar)

Groeiend stadsdeel



Huidige situatie



Toekomstige situatie



Ontwikkelprogramma

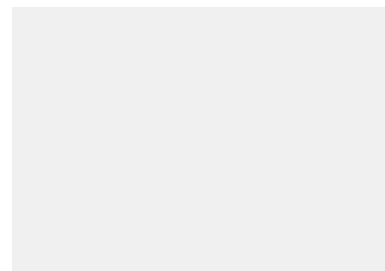
Herontwikkeling van
8 clusters in een
periode van 2017 tot
2028

123.000 m2 bvo
nieuwe / heront-
wikkeld mixed use
space

Intensivering van
3000 nieuwe (huur)
woningen (wv. 600
door CBRE IM/3W)



Winkels, shopperhal,
cultuur, wonen, werk-
plekken, sport, maat-
schappelijk, parkeren



Diverse 'clusters' in ontwikkeling

- Masterplan stedenbouw – MVSA architects
- Cluster 4 – Vocus architecten
- Cluster 7 – Paul de Ruiter architects
- Cluster 8 – MVSA architects
- Cluster 5 – Paul de Ruiter architects
- Cluster 2, 3, 6





Shopperhal is een plek waar je kan proeven, ruiken, en ervaren wat Zuidoost is, gecombineerd met een volledig dagelijks aanbod. Het is een plek waar mensen ontmoeten, verblijven, en verrast zullen worden.









real
estate

3W



AMSTER DAMSE POORT



Van winkelcentrum
naar hart voor
Zuidoost



SAMEN MET DE BUURT





Ondernemers



Inwoners



Team CBRE

VISIEVORMING

MIDDELEN:

- OBSERVATIES
- INTERVIEWS
- PLACEMAKING
- PLACETESTING
- COMMUNITY PROJECTS
- SESSIES NEW METROPOLIS
- ADVIES EXTERNE ADVISEURS
- SAMENWERKINGEN MET OA:
 - 11UNITED
 - PROSPECT11
 - KERNGROEP BEWONERS AP

SAMEN MET DE BUURT



SAMEN MET DE BUURT





Programma voor een hart



Placemaking en placetesting



Filter mondkapjes atelier



Patta pop-up store



OSCAM – Temporary Art Museum



New Metropolis – Cultureel debat centrum



Foundation Hip Hop Academy Amsterdam



BijlmerBox



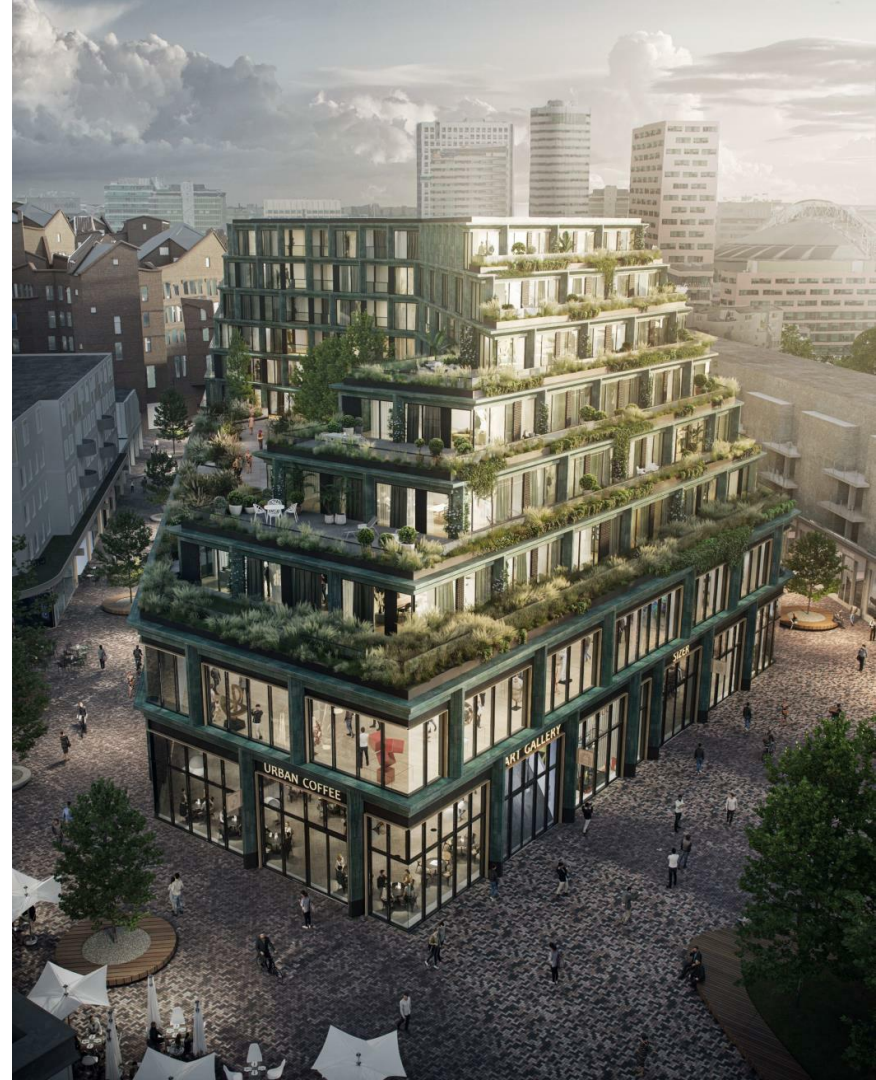
Local Wave Radio – Podcast Studio



Boiling avonden om nieuw talent en nieuwe concepten te ontdekken

Uitdagingen in transformatie

- “te gast in Zuidoost” → what’s in it for me?
- Angst voor gentrification → voorrangsregeling bewoners
- Centrale stad vs stadsdeel → intensieve samenwerking
- Veeleisende gemeente Amsterdam → lange termijn commitment vanuit een belegger die investeert
- Ymere als corporatie → informeren, communiceren en waar kunnen we zaken verbeteren?
- Shopperhal → nostalgie, erkennen wat dit betekent voor Zuidoost en het een beter podium geven



Ontwikkelstrategie
transformatie Rijswijk
Bogaard Sterpassage

real
estate
3W





Strategie "Verbreiding en transformatie"

Winkelcentrum In de Bogaard naar Bogaard Stadscentrum

Middel: transformatie winkels naar woon-gerelateerde functies;
meer (en betere) openbare ruimte en vergroening;
toevoegen van woningen.

Doel: creëren van aantrekkelijk centrum voor Rijswijk;
beantwoorden van grote woningvraag Haagse regio.

In de Bogaard, Rijswijk

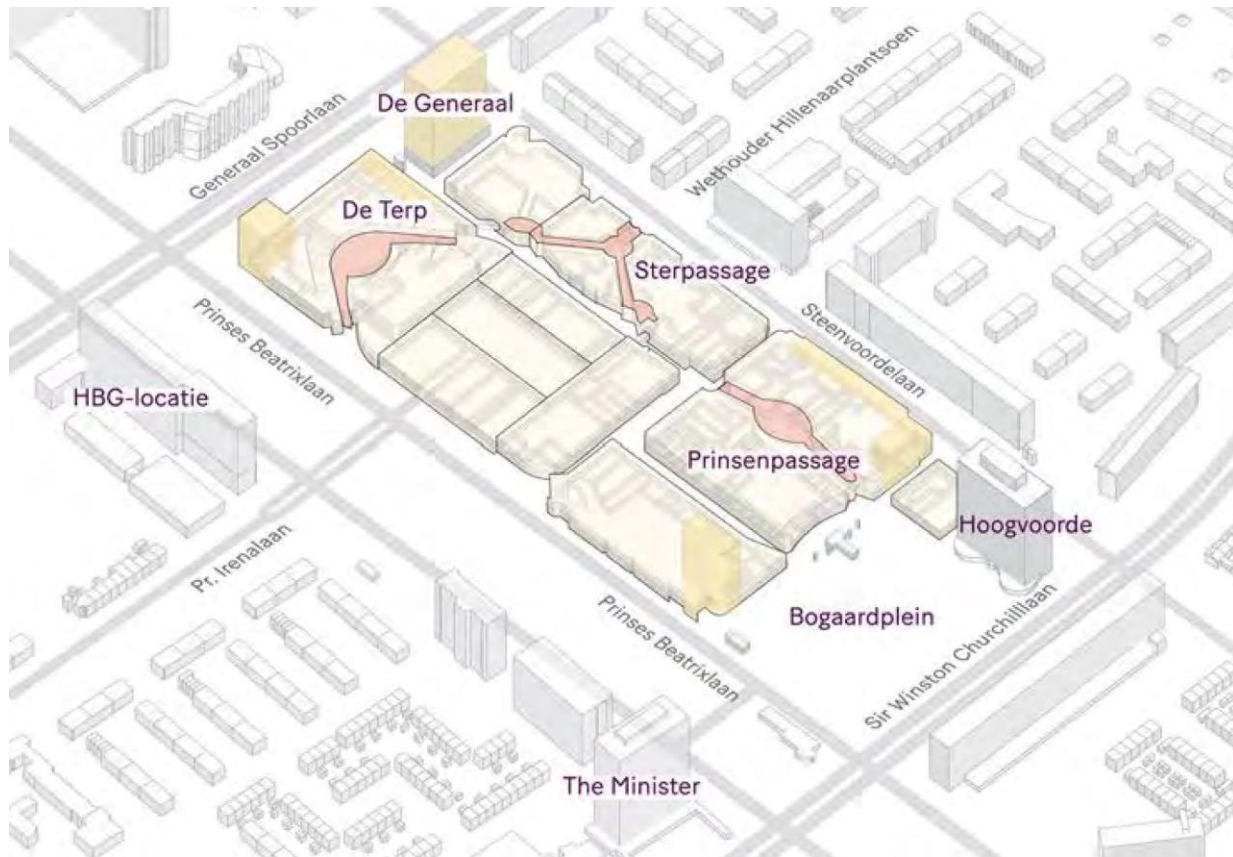
- Geopend in 1963
- Eén van de eerste moderne winkelcentra in NL
- Uitbreiding met De Terp in 1999
- Faillissement V&D in 2015
- Centrum met de hoogste leegstand in NL



stadscentrum Bogaard



Overzicht en Sterpassage



Huidige deelgebieden
Bron: Masterplan In de Bogaard

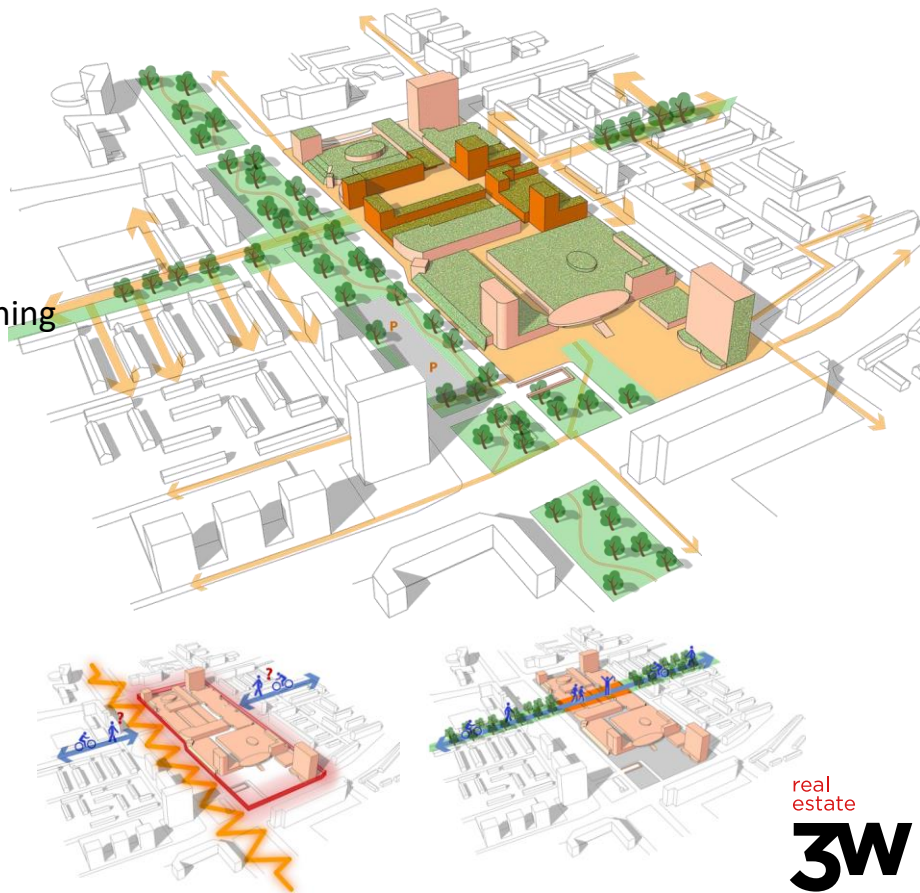
Voorstel 3W 2016, In de Bogaard

Programma

- Reduceren en concentreren van retail
- Toevoegen van wonen
- Toevoegen van horeca, maatschappelijk, dienstverlening
- Toevoegen groen

Structuur

- Ontsluiten naar de wijken (open knippen, slopen)
- Toegankelijker maken voor langzaam verkeer
- Groen als structureel onderdeel van structuur
- 16-uurs beleving



ONTWERP MASTERPLAN 2019



Huidige situatie Sterpassage

- 10.500 m² bvo retail
- Overdekt winkelgebied
- Twee-laags winkelen
- Veel leegstand
- Gedateerde uitstraling



Transformatie Sterpassage

- Forse reductie retail
- Impuls woningbouw
- de zwarte hond
- Barcode architects

Nieuwe situatie

- 2 gebouwen
- ca. 3.500m² retail
- ca. 500 appartementen
- ca. 210 parkeerplaatsen



Kernthema's transformatie

Versterking verblijfskwaliteit



Versterking retailstructuur



Bijdrage woningaanbod



Klimaatadaptatie



Duurzaamheid



Mobiliteit



Financiële haalbaarheid





The Orchard













Do's (& Don'ts)

- Kennis van retail
- Goede locatie-analyse (maatwerk)
- Open communicatie met alle stakeholders
- Intrinsieke wil om kwaliteit toe te voegen
- Reële uitgangspunten (geldt voor alle partijen)

Bedankt voor uw aandacht!