

## RENOVATIE; FUNCTIE BOVEN DESIGN

In dit artikel beperk ik mij tot de visie van AHOLD op renovatie van winkelcentra. Een winkelcentrum zien wij in dit kader als "een concentratie van winkels die gemeenschappelijke belangen geregeld hebben" (via een belegger of een vereniging van eigenaren). In winkelstraten is namelijk veel meer sprake van een concentratie van individuele belangen, waardoor men ook minder invloed kan uitoefenen op het gebruik van de aangrenzende openbare ruimte. Bij ontevredenheid vertrekt men en onderneemt men zelden gemeenschappelijke actie. De aanwezigheid van een winkeliersvereniging kan echter wel een positieve (en gemeenschappelijke) uitstraling hebben. Van belang is duidelijk aan te geven wat wij onder renovatie verstaan.

Renovatie zou een onderdeel moeten zijn van groot onderhoud, het bouwkundig in stand houden van onroerend goed. De reden dat renovatie afzonderlijk de laatste tijd nogal benadrukt wordt, is dat het in het verleden te weinig aandacht gekregen heeft. Renovatie is namelijk ook een vorm van onderhoud, maar hiervoor wordt niet voldoende gereserveerd zoals bij groot onderhoud. In de visie van Ahold is renovatie even noodzakelijk als schilderwerk en dakreparatie.

Renovatie is ook niet per definitie het aanbrengen van een miljoenen verslindende overkapping (en afsluiting) van een winkelcentrum. Nieuwe en gerenoveerde winkelcentra kunnen ook open zijn, zoals bijvoorbeeld de Amsterdamse Poort en het Buikslotermeerplein in Amsterdam. Hoewel er dan geen volledige slecht-weer-faciliteit bestaat, voelt de consument zich soms prettiger in een niet overdekt centrum. Het niet overdekken heeft ook andere voordelen. Het leidt tot lagere servicekosten, omdat de controle van openbaar gebied bij de gemeente ligt en minder strenge brandweereisen worden gesteld. Voor grote panden stijgen de servicekosten bij overkapping tot onevenredig grote hoogte door de verdeelsleutel naar oppervlakte, terwijl de kleine winkels meer profijt hebben. Een supermarktklant heeft meestal voldoende aan een aangrenzend parkeerterrein en een luifel.



D.P. ZWART

directeur AHOLD Vastgoed BV

Renovatie is noodzakelijk: elke goede ondernemer houdt zijn winkel van binnen up-to-date en moderniseert zijn interieur één keer in de vijf à tien jaar, maar de gevel niet. Het gemeenschappelijk belang van de winkeliers in een winkelcentrum is het regelmatig aanpassen van het totale winkelbeeld aan de eisen van de tijd. Dit betreft dan niet alleen het tegengaan van technische veroudering, maar juist ook het tegengaan van economische veroudering. Onder het in stand houden van een economisch waardevast verkooppunt verstaan wij "een draagvlak bieden aan alle branches in het centrum". Dit behelst voldoende oppervlakte voor een goede bedrijfsuitoefening, maar ook het zorgdragen voor een goede bevoorrading, bereikbaarheid en parkeersituatie. De som der delen bepaalt de totale waarde van het winkelcentrum. Het winkelcentrum moet hierin de concurrentie met andere centra aankunnen.

Van groot belang is dat de 'trekker' in een winkelcentrum optimaal functioneert. Indien er knelpunten zijn in het functioneren van de trekker, dienen die als eerste te worden opgelost. In veel winkelcentra vervult de supermarkt deze trekkersfunctie. Renovatieplannen monden dan vaak uit in reconstructie, waarbij naast modernisering ook een toevoeging van vierkante meters en/of branches (modernisering/uitbreiding assortiment), verplaatsing van winkels en wijziging/uitbreiding

van de parkeersituatie en van de bevoorrading plaatsvindt. Het waardevast houden van winkelconcentraties door het op tijd tegengaan van technische en economische veroudering is dus zowel voor eigenaren als huurders van belang.

Als winkeliers ook eigenaar van hun pand zijn, bestaat er in het algemeen veel begrip voor versterking van de economische functie. Vaak zijn er aanloopproblemen bij een vereniging van eigenaren, omdat er niet gereserveerd is voor renovatie en ook de statuten niet aangepast zijn aan dergelijke situaties. Als de winkeliers huurder zijn en er één belegger is, kan er een goed plan ontstaan bij een gemotiveerde, positieve belegger, die er een lange-termijn belegging in ziet. Voordeel van één belegger is dat alles in één hand ligt. Is deze niet gemotiveerd of ziet hij een winkelcentrum als een korte-termijn investering, dan draagt dit niet bij tot een goed functioneren van het winkelcentrum en staan de huurders machteloos.

Ook bij meerdere eigenaren of beleggers kan een goed plan van de grond komen, mits het als een lange-termijn object gezien wordt. Met andere woorden: een juridisch goed opgetuigde vereniging van eigenaren kan net zo stimulerend zijn voor initiatieven als een positief ingestelde belegger. In beide gevallen is een goede 'regisseur' essentieel.

Renovatie en reconstructie zijn dan ook alleen zinvol als:

1. Naast de technische renovatie (schilderwerk, etcetera) ook knelpunten worden opgelost (zoals overlast, parkeerproblemen, te kleine oppervlakte en een te gering of eenzijdig assortiment). Voorwaarde voor het welslagen van de renovatie is het oplossen van knelpunten bij de trekkers;
2. de opzet van het winkelcentrum (parkeersituatie, overkapping, etcetera) vergeleken wordt met die van concurrerende centra in de omgeving;
3. de economische functie de drijfveer is. Dit scoort het hoogst in de consumentenbeleving. Steeds moeten wij blijven bedenken dat 'aantrekkelijkheid' een tijdsbepaalde waardering is, en dat een algemene receptuur voor renovatie niet bestaat.