

Wim van Veelen over renovatie van winkelcentra:

"EEN MODERN INTERIEUR EN EEN VEROUDERD EXTERIEUR, DAT GAAT NIET SAMEN"

Renovatie van winkelcentra is een relatief recente ontwikkeling. Tien jaar geleden werd het eerste winkelcentrum in Nederland gerenoveerd. Om inzicht te krijgen in de geschiedenis, de mogelijkheden en de toekomst van het renoveren van winkelcentra, is AGORA op bezoek gegaan bij Wim van Veelen, Hoofd afdeling renovatie van MBO (Maatschappij voor Bedrijfsobjecten), een dochteronderneming van de NMB. MBO is de grootste ontwikkelaar van winkelcentra in Nederland en derhalve nauw betrokken bij het renoveren van winkelcentra.

Hoe wordt renovatie bij uw organisatie aangepakt?

Vijf jaar geleden werd duidelijk dat renoveren een professionele aanpak vereiste. Bij MBO is toen een afdeling renovatie opgericht, bestaande uit technische en commerciële managers die zorgdragen voor organisatie van het renovatie proces. MBO kiest voor een gefaseerde aan-

pak van het renovatieproces. Aan de hand van de uitkomsten van een onderzoek wordt een programma van maatregelen opgesteld. Uit dit programma van maatregelen wordt een definitief ontwerp opgesteld, waarna een uitwerkings- en een uitvoeringsfase volgen. Overleg tussen de participanten vindt gedurende het hele proces plaats. De periode van initiatief tot uiteindelijke uitvoering kan bij grote projecten drie à vier jaar in beslag nemen.

Hoe valt het begrip renovatie te definiëren?

In onze optiek is renoveren geen cosmetische operatie, maar het durven heroverwegen van het totale functioneren van het winkelcentrum. Eisen die aan een winkelcentrum gesteld moeten worden zijn: voldoende breedte en diepte in het aanbod, zitten de ondernemers op de goede plek en hebben ze voldoende ruimte om zich te manifesteren. Daarnaast worden eisen

gesteld aan de openbare ruimte in en rond het winkelgebied. Winkeliers maken tegenwoordig spannende reizen naar het buitenland. Bij terugkomst constateren ze: die luifels en klinkers.. dit is het niet meer. Ook wordt er gekeken of de parkeervoorzieningen nog voldoen aan de eisen van deze tijd. Dan wordt onderzocht wat de gunstigste verhouding is tussen de kosten en opbrengsten van de verschillende te nemen maatregelen.

Wat vormt de aanleiding om tot renovatie over te gaan?

Bij de eerste spraakmakende renovaties van winkelcentra was de belegger in een crisissituatie beland. Leegstand, snel dalende omzetten. Het waren defensieve operaties. Voorbeelden zijn Presikhaaf in Arnhem en de Roselaar in Roosendaal. Bij onze centra is er doorgaans geen sprake van omzetsdaling of marktverlies. Toch wordt er gerenoveerd. Dit is offensief renoveren, inspelen op de toekomst. De eisen die consumenten aan winkelcentra stellen worden steeds hoger. Een voorbeeld is het gebruik van winkelwagentjes. Twintig jaar geleden kwamen die nog niet voor. De consument moet nu met een vol winkelwagentje over hobbelige jaren-zestig-tegels naar de auto toe. Dat kan niet meer. Na renovatie komt er een gladde asfaltstrook naar de parkeerplaats.

Winkels vernieuwen hun interieur om de vijf jaar, daarom moeten wij ook wat doen. Een modern interieur en een verouderd exterieur, dat gaat niet samen. Voor ondernemers moet de omgeving meegroeien met het interieur. Wanneer een renovatie plaatsvindt pakken winkeliers hun winkels ook aan. Het hele centrum komt dan in een opwaartse beweging.

Zijn er trends aan te geven in de wijze van renoveren?

Presikhaaf in Arnhem heeft de trend gezet. Overdekken en afsluiten, winkelpui naar voren, schuifdeuren, plantenbakken en een strakke vloer. Overkappen en



Wim van Veelen: "Renoveren is geen cosmetische operatie, maar het durven heroverwegen van het totale functioneren van het winkelcentrum"
Foto: Martijn Gallenkamp.

afsluiten is het beeld dat bij ondernemers leeft over renovatie. Maar het gaat om de totale kwaliteit die je realiseert. Een te lage kunststof of glazen overkapping ziet er mooi uit, maar zorgt bij mooi weer voor een onaangename warmte. Brandpreventie is bij een overkapping zeer belangrijk.

Een centrum wordt door een overkapping één geheel. De brandweer stelt daar strenge eisen aan. Installaties voor ventilatie, verwarming en brandpreventie vormen nu eenderde van het renovatiebudget.

De cyclus van het renoveren lijkt steeds korter te worden en verschilt per soort winkel. Zelfstandige ondernemers en landelijke grootwinkelbedrijven hanteren andere tempi. Degene die het minst voor een renovatie over heeft (meestal de grootwinkelbedrijven) bepaalt de omvang van de renovatie. Dit is een gevoelige zaak.

In principe is er een vaste verdeelsleutel voor de kosten van de renovatie. De helft van het totaalbedrag wordt hoofdelijk over alle winkeliers omgeslagen, de andere helft wordt verdeeld naar oppervlak van de winkel-unit. Dit is ongunstig voor kleine ondernemers. In een aantal gevallen is de verdeelsleutel zelfs aangepast, om tot overeenstemming te komen.

Wat zijn de mogelijkheden voor renovatie van bepaalde typen winkelcentra?

De ingreep moet passen bij de marktpositie van het winkelcentrum. Het winkelcentrum op stadsdeelniveau is een voorpost van het echte stadscentrum. Het stadscentrum scoort op breedte en variatie van het aanbod, en een goede ambiance. Het stadsdeelcentrum moet daarom iets bieden waarin het zich onderscheidt. Bereikbaarheid, een droog, schoon en veilig milieu, makkelijk en snel inkopen doen en het hele jaar terrasjes zijn dan sterke punten.

De horeca blijft in dit soort centra vaak onderbelicht, daar zou meer op ingespeeld moeten worden. Het renoveren van een wijk- of buurtcentrum moet stedenbouwkundig mogelijk zijn.

We praten over investeringen van duizend à tweeduizend gulden per vierkante meter passage. De mogelijkheid voor de ondernemer om zich commercieel aggressiever te kunnen presenteren moet worden afgezet tegen de kosten van de exploitatie.

Wordt renovatie gebruikt om een uitbreiding van het winkelareaal te realiseren?

Uitbreiding is voor ons geen doel op zich. De vraag is of er voldoende aanbod is. Het gaat om individuele ondernemers die er hun brood mee moeten verdienen. Uitbreiding is wel vaak een elegante manier om stedenbouwkundige knelpunten weg te werken.

Door het opvullen van dode hoeken met kleine winkels wordt de aantrekkelijkheid van een centrum verbeterd. Het is wel zo



Voorstel voor reconstructie van een winkelcentrum. Bron: MBO.

dat de opbrengsten van uitbreidingen de haalbaarheid van een renovatie mede bepalen.

Wanneer is een renovatie geslaagd te noemen?

Dit is afhankelijk van de doelstelling. Betreft het een defensieve operatie, dan wordt een opgaande lijn in omzet en/of bezoekersaantallen nagestreefd. Wij vinden een renovatie geslaagd wanneer ondernemers de omzet en inkomsten gecontinueerd zien en de consument het winkelcentrum blijft bezoeken.

Renovatie moet een structureel onderdeel van de levenscyclus van een winkelcentrum zijn, niet een incidentele operatie.

Zijn er winkelcentra die niet te renoveren zijn?

Winkelcentra met meerdere eigenaren zijn moeilijk te renoveren, omdat het een probleem is overeenstemming tussen alle eigenaren te krijgen over de te nemen maatregelen. Dit probleem speelt voor ons minder, omdat we per winkelcentrum te maken hebben met een vereniging van eigenaren. Ook stadscentra zijn moeilijk te renoveren, ook door de diverse eigendomsstructuur. Wanneer ondernemers echter zien dat de buurt aangepakt wordt, zijn ze zelf ook bereid iets te ondernemen. Renovatie is onmogelijk wanneer er sprake is van een afnemend draagvlak. Dit geldt vooral voor de kleinere buurtcentra en winkelstrips. Wat je dan nog wel ziet in een aantal gevallen is dat een grote supermarktketen een hele strip overneemt en daar een vestiging realiseert. Soms is slechts een intensiever beheer voldoende om de aantrekkingskracht van een klein winkelcentrum te verbeteren.

Wanneer zijn we in Nederland klaar met renoveren?

Ons winkelapparaat is in twintig jaar neergezet. De generatie winkelcentra die gebouwd zijn tussen 1965 en 1975 zijn betonnen eilanden en blokkendozen. De overkapping van deze centra vindt tussen nu en 2000 plaats. Voor de volgende generatie winkelcentra (gebouwd tussen 1975 en 1985) is de speelruimte een probleem. Hun multifunctionaliteit, de gecombineerde woon-winkelfunctie, is moeilijk te sturen.

Daarvoor is geen technische oplossing in de vorm van overkappen en afsluiten mogelijk. Het gaat om de vernieuwing van de openbare ruimte en dat is een gecompliceerd proces.

Wat zijn de ontwikkelingen op lange termijn?

Wanneer een winkelcentrum wordt gerenoveerd is daar een even groot bedrag voor nodig als de stichtingskosten. De algemene wet luidt: in een situatie waar groei minder dominant is moet je continu alert zijn op je omgeving en dreigende ontwikkelingen daarin.

Je moet met elkaar gericht bezig blijven met de concurrentiepositie. Belangrijk daarbij is het branchepatroon. Als dat niet op peil is, haal je de fundamentele verzorgingsfunctie van het centrum onderuit. Vernieuwing van de openbare ruimte wordt de hoofdpoging van de projectontwikkelaar.

Er zal een omslag plaatsvinden van leuke dingen verzinnen in weilanden naar leuke dingen verzinnen in een bestaande situatie.

MENNO OVERTOOM EN JEROEN VERWAAIJEN
Redactie AGORA