

DELA VASTGOED VERSTEVIGT LEIDENDE POSITIE IN WINKELLANDSCHAP

FRANK HENDRIKSEN EN ELLEN NIJENHOF,
DIRECTIELEDEN

Een toonaangevende assetmanager, met een leidende positie in de winkelmarkt: dat is in een notendop de missie van DELA Vastgoed, die wordt toegelicht door de directieleden Frank Hendriksen en Ellen Nijenhof.

Deelt elkanders lasten. Vanaf de oprichting in 1937 in Eindhoven kwam dat motto ook terug in de naam van DELA. Het uitgangspunt dat iedereen recht heeft op een waardige uitvaart, deed het uitvaart- en verzekeringsbedrijf uitgroeien tot marktleider in Nederland. 'De premies werden van meet af aan deels in retail belegd,' vertelt directievoorzitter **Hendriksen**, die eind 2014 bij DELA Vastgoed werd binnengehaald om de strategie en structuur van de organisatie tegen het licht te houden. 'Er moest wat gebeuren. Door de crisis was de leegstand opgelopen, met alle gevolgen van dien voor de uitstraling, beleving en bezettingsgraad. De herijking heeft geleid tot een aanpassing van de vastgoedstrategie, die nu weer volledig is gericht op winkelvastgoed. In de portefeuille zat voor 120 miljoen euro aan woningen, dat deel is ondergebracht in het Amvest Residential Core Fonds met DELA als aandeelhouder.'

STERKE REGIOFUNCTIE

Sindsdien richt ook **Nijenhof**, sinds augustus 2016 aan DELA Vastgoed verbonden als 'directeur operations', zich vooral op non-food winkels in ruim 25 binnensteden en wijkwinkels met toekomstperspectief. 'De focus ligt op de Randstad, maar we hebben ook winkels in Zwolle en Groningen. In binnensteden wordt de kern compacter en nemen nieuwe buitenlandse ketens de plek in van weggevalen namen. Het consumentengedrag is voor ons leidend en, in het verlengde daarvan, beleving. De steden waar wij in geloven hebben een sterke regiofunctie, een historisch centrum

1 Oudegracht
118 te Utrecht
2 Ontwikkeling
ZARA te Zwolle
3 Vismarkt 18 te
Groningen



en genoeg horeca en culturele functies. De consument wil horeca bezoeken, maar ook de grote winkelformules en bijzondere winkeltjes.' **Hendriksen**: 'Onze portefeuille telt veel solitaire panden, maar we streven naar een zekere kritische massa, als het even kan met meerdere panden naast elkaar. Binnen de dynamische, kleurrijke retailwereld stelt ons dat in staat om ook de grotere formules te faciliteren, zoals Zara en H&M. De retailers van de toekomst, daar ben ik van overtuigd, beheersen zowel online als offline winkelen.'

TOEKOMSPERSPECTIEF

Winkelcentrum Kerkelanden in Hilversum is



↳ **Mensen maken het verschil, daarvan zijn we ons ook als werkgever terdege bewust** ↴

hét voorbeeld voor de andere 'wijkwinkels met toekomstperspectief' in de portefeuille van DELA Vastgoed. Een herontwikkeling in samenwerking met AM Real Estate Development leverde 2.300 m2 extra winkelmeters, een eigentijdse uitstraling met ruim opgezette en lichte passages, een centraal gelegen versluster en een sfeerplein op. En: de prestigieuze NRW Jaarprijs 2017. 'In een wijkwinkels centrum moeten niet alleen het winkelaanbod, maar ook alle randvoorwaarden in orde zijn,' verzekert **Nijenhof**. 'Binnen het verzorgingsgebied moeten consumenten er een binding mee hebben. Je doet er de boodschappen, luncht er





Monocultuur is fnuikend voor een leefbaar centrum. Er moet ook worden gewoond

met je vriendinnen en viert er Sinterklaas met de kinderen.’ **Hendriksen:** ‘Is het verzorgingsgebied groot genoeg? Wat zijn de perspectieven? Ook bij Kerkelanden zijn we met dat soort basale vragen begonnen. In overleg met de gemeente, huurders, omwonenden en consumenten willen we die aanpak uitrollen naar onze andere centra.’

LANGE TERMIJN

DELA Vastgoed heeft één aandeelhouder, DELA Natura- en levensverzekeringen, die gericht is op de lange termijn. Voor de retailportefeuille van DELA Vastgoed betekent dat onder andere maximeren op één miljard euro en toekomstbestending maken, via herontwikkeling. ‘Dat kan alleen maar door te roteren,’ weet **Hendriksen**. ‘Daarom hebben we ook een afdeling ‘investment management’, die verkoopt als het in ‘de risk’-strategie past en voortdurend bezig is om de portefeuille te optimaliseren door te kopen en door panden samen te voegen.’ **Nijenhof:** ‘Dat is bijvoorbeeld in

Apeldoorn gebeurd, om een grotere unit voor H&M mogelijk te maken. Een vrije hoogte tot vijf meter is dan vervolgens een van de lange termijnkeuzes die we bij deze herontwikkelingen maken. Je kunt dan weer minimaal vijftien jaar vooruit met een unit die interessant is voor zowel retailer als eigenaar.’

Nijenhof en **Hendriksen** voelen zich als een vis in het water bij DELA Vastgoed. Wat daarbij ongetwijfeld meespeelt is dat hun inspanningen vruchten afwerpen: eind 2017 voldeed 80 procent van de portefeuille aan de nieuwe strategie, binnen de winkelportefeuille is de leegstand inmiddels onder het landelijk gemiddelde gezakt en over 2017 is de winkelbenchmark verslagen. Met zulke resultaten kun je thuiskomen, als organisatie die maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo) ook nog eens hoog in het vaandel heeft. Zo wordt bijvoorbeeld heel gericht en consequent geïnvesteerd in woningen boven winkels. **Nijenhof:** ‘Een binnenstad moet bruisen. Monocultuur is fnuikend voor een leefbaar centrum. Er moet ook worden gewoond.’

DELA Vastgoed in cijfers

De portefeuille van DELA Vastgoed had in 2017 een waarde van circa 1 miljard euro. Deze bestaat uit circa 120 solitaire winkelcomplexen (50% van de waarde) en 16 winkelcentra (37% van de waarde). De overige 13% betreft woningen (boven de winkels), kantoren en parkeren. In de categorie ‘large’ werd DELA onlangs uitgeroepen tot ‘Best Workplace 2018’. **Nijenhof:** ‘Mensen maken het verschil, daarvan zijn we ons ook als werkgever terdege bewust.’ **Hendriksen:** ‘Het gaat niet alleen om kennis en kunde, maar ook om plezier in het werk en de drive om er iedere dag het beste van te maken.’



De retailers van de toekomst beheersen zowel online als offline winkelen

Frank Hendriksen, Ellen Nijenhof

Welke food & beverage-concepten verrijken winkelgebieden?

Nijenhof en **Hendriksen:** ‘Het terras van Annies in Leiden, Stadscafé ‘t Feithhuis in Groningen, Comptoir Libanais in Utrecht, Brasserie Het Vliegerhuys in Zwolle, de binnentuin van restaurant De Markt in Utrecht en restaurant Zoet en Zout in Eindhoven.’

Waar haal je inspiratie vandaan?

Nijenhof en **Hendriksen:** ‘Stedentrips, studiereizen en shoppen met de dochters.’

Wat is jouw favoriete winkelstad?

Nijenhof: ‘Londen en dan specifiek het centrum, Camden Town en Westfield.’ **Hendriksen:** ‘Den Haag.’

Waar drink je de lekkerste koffie?

Nijenhof: ‘Geen koffie maar muntthee bij Patisserie Amadine Marrakech.’ **Hendriksen:** ‘Dudok. Koffie met appelgebak!’

Top 5 beste winkelgebieden/winkelcentra in Nederland:

Nijenhof en **Hendriksen:** ‘Utrecht, de combi historische binnenstad met het nieuwe Hoog Catharijne. Rotterdam: het centrum, de Witte de Withstraat en De Meent. Den Haag: de Grote markt, De Oude & Nieuwe Passage en de Dennenweg. Groningen: de Herenstraat, de Folkinge- en Zwanestraat en de Vismarkt. En Zwolle: de Diezerstraat en het gebied rond de Lutteke- & Sassenstraat en de Grote Markt.’