



**KIJKDUIN,  
DE MOOISTE  
NIEUWE  
BADPLAATS VAN  
NEDERLAND**





## FRED DEVELOPERS

ROELAND VOERMAN EN AD ROOS

Het Amsterdamse FRED Developers, kortweg FRED, is een onafhankelijke projectontwikkelaar die zijn oorsprong heeft bij vastgoedonderneming Fortress. De professionals die bij FRED werken hebben allemaal veel ervaring in de vastgoedwereld en hebben vele zowel grootschalige als kleinschalige (her)ontwikkelingen geïnitieerd en begeleid. We spreken de twee eigenaren van FRED, Roeland Voerman en Ad Roos, over de herontwikkeling van Kijkduin, Nieuw Kijkduin genaamd. Met een boulevard met retail en horeca en daarnaast bijna 270 woningen. De ambitie is hoog: de mooiste en fijnste badplaats van Nederland creëren.

Voerman: 'Het is uniek dat je een hele kuststrook in een keer kan herontwikkelen.'

### WAAROM KOZEN JULLIE VOOR DEZE PLEK? \_

Roeland Voerman: 'Mensen zijn gek op zee en ruimte. We hebben naar ontwikkelingen in Zandvoort en Noordwijk gekeken, maar dan zijn het iedere keer *plotjes* die herontwikkeld kunnen worden. Het is echt uniek dat je een badplaats in een keer kan herontwikkelen. Je creëert eigenlijk een compleet nieuwe gebied. Hier kun je als ontwikkelaar echt het verschil maken. Dat geeft ons natuurlijk ook een enorme verantwoordelijkheid. Omdat wij deze badplaats, waar jaarlijks circa 3,5 miljoen mensen komen, helemaal zelf kunnen inrichten. Dan moet je het ook goed doen.'

### HOE LANG ZIJN JULLIE NU BEZIG MET DE HERONTWIKKELING VAN NIEUW KIJKDUIN? \_

Ad Roos: 'We zijn nu zo'n tien jaar bezig. In 2008 kochten we het winkelcentrum hier, met het hotel, dat we direct weer hebben verkocht. Met als doel: exploiteren en herontwikkelen. De crisis heeft dat proces verstoord. Sinds 2015 ligt er een bestemmingsplan. En vanaf dat jaar zijn we de plannen aan het uitwerken. De contouren van wat ons voor ogen staat zijn nu al te zien. En eigenlijk hadden we die contouren al 10 jaar in ons hoofd. Het is mede door alle hoogteverschillen hier in het duingebied geen doorsnee ontwikkeling.'

### IS HET ACHTERAF GEZIEN GOED GEWEEST DAT HET PROCES MEDE DOOR DE CRISIS LANGER HEEFT GEDUURD? \_

Ad Roos: 'Dat vinden wij wel. De ingrepen in het publieke domein zijn veel bewuster en beter gemaakt. De ondergrondse entree naar de parkeergarage is bijvoorbeeld een grote verbetering in vergelijking met het oorspronkelijke plan.'

Als we na de verwerving sneller de definitieve plannen hadden ontwikkeld en gerealiseerd, was dat denk ik niet gebeurd. Dat heeft echt tijd nodig gehad. Ook omdat de gemeente tijd nodig had om die investering in de toegang naar de ondergrondse parkeergarage en fietsenstalling goed te keuren. Verder hebben we er nu voor gekozen geen gas toe te passen, maar warmte koude installaties. Zowel voor de huizen als voor de horeca en retail. In 2008 was nog niemand bezig met het ontkoppelen van gas. Ook denken we dat we nu een betere mix van ondernemers hebben. Tijdens de crisis is het retaillandschap ook behoorlijk gewijzigd. We hebben nu minder modezaken in ons plan en meer kwalitatieve horeca. In onze planning is de verhouding nu iets meer woningen dan retail als je dat afzet tegen het initiële plan. Met ook kleinere woningen erbij die goed aansluiten bij de woonwensen. Ook zouden we in 2008 de foodcourt die hier komt, de Daily Taste, misschien anders hebben aangepakt. Het wordt nu een betere mix van bestaande huurders en nieuwe Food en Beverage-concepten. Met natuurlijk een goede bakker, kaaswinkel en viswinkel. Maar ook culinaire topconcepten. Zodat je een dynamisch gebied creëert waar mensen graag willen zijn. Dat bezoekers uit de directe omgeving trekt maar ook uit de rest van Nederland. Met een heel divers aanbod en dus voor ieder wat wils. Ook zouden we misschien tien jaar geleden niet een bureau hebben ingehuurd, TANK, dat de eenheid voor al die winkels bewaakt. TANK heeft onder meer het interieur van de A'DAM toren vormgegeven. Het idee is nu dat wij voor sommige retailzaken en horeca het gehele interieur leveren, ook de toonbanken. De ondernemers hoeven alleen een schort om te doen en kunnen vervolgens gelijk van start.'

**'HET BELANGRIJKSTE IS DAT IEDEREEN HIER 365 DAGEN PER JAAR EEN VAKANTIEGEVOEL ERVAART'**





## ‘DE HORECA GAAT VAN HET GAS AF, DAT IS UNIEK OP DEZE SCHAAL’

‘OP BASIS VAN GPS-COÖRDINATEN OP HET STRAND EEN KOUDE FLES WITTE WIJN LATEN BEZORGEN’



**JULLIE WILLEN DE UITSTRALING ECHT HELEMAAL IN EIGEN HAND HOUDEN?** \_ Voerman: ‘Jazeker. Zo kan je het kwaliteitsniveau optimaal borgen. Niet alleen bij Daily Taste maar ook op de boulevard. Zo leveren wij bijvoorbeeld ook de terrasoverkapping. En ook het onderhoud van die overkapping ligt dan bij ons.’

**IS ZO’N MATE VAN BETROKKENHEID EN INVLOED ZELDZAAM?** \_ Voerman: ‘In het buitenland zie je dat veel vaker. Hier in Nederland is het zeldzamer. Bij de de Mall of the Netherlands werkt men ook zo: met die grote mate van invloed van de ontwikkelaar en daarmee dus de kwaliteitsborging. In het buitenland zie je in dergelijke situaties ook vaker winkels die een contract aangaan op basis van omzethuur. Dat gaan wij ook doen bij een aantal winkels waar we heel veel geloof in hebben en waar we intensief mee gaan samenwerken.’

**OMDAT HET LANGER DUURDE DAN AANVANKELIJK GEDACHT, KONDEN JULLIE WAARSCHIJNLIJK OOK NIEUWE TECHNOLOGIEËN TOEPASSEN DIE 10 JAAR GELEDEN NOG NIET AAN DE ORDE WAREN?** \_ Roos: ‘Jazeker, de tijden zijn veranderd. Overal komen bijvoorbeeld zonnecellen: op de daken van de appartementencomplexen en op de gebouwen voor retail en horeca. Ook de horeca gaat van het gas af, dat is uniek op deze schaal. Herman den Blijker wordt onze

ambassadeur, daar zijn we zeer content mee, hij is de man van het inductie koken. Koks die overstappen op inductie zijn vaak razend enthousiast. Eten bereiden gaat sneller met inductie. Het is ook veiliger en minder warm. Het is Arbo-technisch gunstig en het is bovendien een stuk hygiënischer.

Verder komen er allerlei applicaties voor reserveringen. Daily Taste gaat ook bezorgen. Wij gaan dat faciliteren. Ook gaat het mogelijk worden om bij het betaalde stuk strand een stukje strand te reserveren, op basis van GPS-coördinaten. En dan kun je daar bijvoorbeeld een koude fles witte wijn laten bezorgen, van de slijter, of een handdoek of schepjes, als je die bent vergeten op basis van je coördinaten. Die connecties gaan wij faciliteren en daarmee creëren we extra omzet voor de ondernemers.

Met vendingmachines bieden we 24/7 versproducten aan. Als je ’s avonds van het strand komt en gezond wilt eten kun je allerlei producten kopen. Over de juiste inrichting zijn we aan het nadenken.’

**IS ER AL VEEL BELANGSTELLING VAN PARTIJEN VOOR DE BOULEVARD EN DAILY TASTE?** \_ Roos: ‘Jazeker, zelfs van landelijke merken. Er zijn een aantal bestaande huurders die blijven, en daar zijn we blij mee. Zoals Chase Concept Store. Een soort miniwarenhuis met internationale kledingmerken en persoonlijke verzorgingsproducten en shop-in-shopconcepten. De bakker blijft. Er komt een goede viswinkel. Als supermarkt hebben we COOP

aangetrokken. We zijn nu in gesprek met een slager en groentezaak. Er komt ook een goede kaaswinkel en een goede wijnzaak. We kijken zorgvuldig naar welke concepten goed passen en waarde toevoegen, het gaat om de juiste mix en de kunst is om daar de juiste ondernemers bij te vinden. Dat vinden wij belangrijk. We zien graag dat als je bij de viswinkel van Daily Taste een visje eet of bij de slager een broodje neemt, je dan bijvoorbeeld ook bij de wijnzaak een glaasje wijn kan bestellen. Of dat als je bij de wijnbar een glaasje drinkt, je ook een kaasplankje bij de kaaswinkel kan bestellen. Dat je bij Daily Taste dus niet alleen je dagelijkse boodschappen kunt doen, maar dat je er ook aangenaam kan verblijven. Meer beleving dus en een langere verblijfsduur. Die trend van veel meer beleving zie je nu overal, zelfs bij supermarkten. Verder komt de ultieme kitewinkel in Nieuw Kijkduin. Een echte kite hangout. Kitesurfen is als sport steeds populairder aan het worden.’

**NIEUW KIJKDUIN IS TEVENS EEN FAMILIE-BADPLAATS, MENSEN MET EEN GROTERE EN KLEINERE BEURS. HOE BEWAAK JE DAT HET VOOR IEDEREEN PASSEND IS?** \_ Voerman: ‘Van meet af aan hebben we daaraan gedacht. Want wij willen juist uitdrukkelijk dat niet alleen mensen met een grotere maar ook met een kleinere beurs zich welkom voelen. Daarom hebben we ook bestaande huurders behouden. Er is bijvoorbeeld een goede snackbar. Bij bakkerij Van Kempen kun je tegen heel normale prijzen gebak krijgen. Maar we hebben ook nieuwe ketens

aangetrokken, die alles vers maken, en tegen een goede prijs-kwaliteit verhouding hun producten en service aanbieden. Een goed voorbeeld is Pavarotti. Een Italiaans concept van een heel succesvolle ondernemer uit Den Haag. Voor € 12.75 kun je dan een verse pasta of verse pizza eten, en die prijs is inclusief drinken. Dat zijn toegankelijke prijzen voor een gezin dat een familiedagje heeft. Wij zorgen voor de ondernemer dat de concepten elkaar aanvullen en versterken en zorgen voor balans.’

**JULLIE HEBBEN DUS ZOVEEL BELANGSTELLING VAN ONDERNEMERS DAT JULLIE ECHT DE KETENS EN CONCEPTEN KUNNEN SELECTEREN DIE HET BEST PASSEN BIJ WAT JULLIE VOOR OGEN HEBBEN?** \_ Roos: ‘Absoluut. Over belangstelling hebben we niet te klagen. Maar we nemen zelf ook een actieve rol als het gaat om de juiste keuzes en ketens die wij graag hier willen hebben. Fase 1 is nu voor 90% ingevuld. Met de volgende fase, het resterende deel van de boulevard, die in 2022 wordt opgeleverd, zijn we nu 2 maanden bezig met de verhuur.’

**ONTSTAAT ER NU AL EEN SOORT BUZZ BIJ ONDERNEMERS EN ANDERE BETROKKENEN ROND HET NIEUWE KIJKDUIN?** \_ Voerman: ‘Jazeker, dat merken we. We voeren andere gesprekken dan we normaal gesproken doen. Dat komt ook zeker door de plek. Hoe hier de horeca zich openstelt





## ‘TOEGANKELIJKE PRIJZEN VOOR EEN GEZIN DAT EEN FAMILIEDAGJE HEEFT’



Roeland Voerman (l) en Ad Roos

richting boulevard, duinen, strand en zee maakt veel los. Dat is zo uniek. Via de site [www.nieuwkijkduin.nl](http://www.nieuwkijkduin.nl) kan een ondernemer in 3D bijvoorbeeld heel goed zien hoe zijn ruimte ligt in de winkelgebied en ten opzichte van de boulevard en het strand en de parkeergarage. We hebben hier in de Sales Gallery een geweldige, prachtige gebiedsmaquette. De makelaars, Colliers en Q Retail, en wijzelf nemen de potentiële huurders mee vanuit deze locatie en vertellen het verhaal van de locatie, het project, en met welke ambities en passie we werken. We maken ze deel van onze droom en hoe zij mee kunnen doen en ondernemen op deze geweldige locatie. Niets kan op tegen hier rondlopen, de plek en de potentie ervan zelf te voelen en te ervaren. Dat resulteert erin dat je sneller zaken kunt doen, want ervaren is geloven.’

### WAAROM WORDT NIEUW KIJKDUIN DE MOOISTE BADPLAATS VAN NEDERLAND?

Voerman: ‘Omdat alles heel uitgewogen is. We hebben op verschillende disciplines experts aangetrokken. We hebben een sterke mix van architecten, waardoor je binnen de kaders die we gesteld hebben variatie krijgt en meer kwaliteit. Zo weet Van Egmond Architecten uit Noordwijk als geen ander hoe je een gebouw in een badplaats ontwikkelt. Ook Piet Boon en Jan des Bouvrie, die beiden weer een geheel andere stijl hebben, hebben appartementsgebouwen ontworpen. Tconcept, dat nationaal en internationaal zijn sporen heeft verdiend, heeft onder meer de winkelconcepten ontwikkeld. Hun visie en ruime ervaring op retailgebied zijn essentieel. Zij zetten de contouren uit voor het gehele winkelcentrum. Zij hebben trouwens ook de gevels van een van de appartementengebouwen ontwikkeld. Zo krijg je verschillende stijlen, van verschillende architecten. Er worden verder heel mooie materialen gebruikt. En wat wij hier ontwikkelen gaat verder dan de buitenkant. Als je ziet hoe de

entrees van de appartementencomplexen er uitzien! Als je daarlangs loopt, ervaar je de kwaliteit en de finesse. We hebben ook de keus gemaakt om in iedere hal beneden bij de entree een kunstwerk te plaatsen, waar ook budget voor is uitgetrokken. Op de daken van de appartementencomplexen is er de mogelijkheid een zwembad of jacuzzi aan te leggen. Het is allemaal erg doordacht en vrij luxueus, zonder dat we overdrijven.’

### WAT IS JULIE PLAN NA DE VOLTOOIING IN 2022?

Roos: ‘Wij streven naar een langdurige betrokkenheid. Ook omdat je stap voor stap wilt leren, om nog verder te vervolmaken. De oplevering van het winkelgebied vindt niet in een keer plaats. En dat is ook goed. Alles moet zich “zetten”. Als je in een nieuwe woning gaat wonen, is het ook niet gelijk in balans. Dan wil je bij nader inzien ook nog een stoel hier neerzetten en een schilderijtje daar ophangen. Langjarige betrokkenheid is daarnaast volgens ons ook noodzakelijk voor optimaal functioneren van zo’n ontwikkeling. Neem de parkeergarage, die blijven we zelf exploiteren. Zodat je het parkeertarief zelf in de hand houdt en zelf de bezetting van de garage kan monitoren. Want zonder een goed functionerende parkeergarage zijn de supermarkt en winkels minder goed bereikbaar.’

### WANNEER IS NIEUW KIJKDUIN EEN SUCCES?

Voerman: ‘Omdat het zo’n bijzondere plek is, denk ik dat je zelfs zonder winkelcentrum hier al makkelijk drie miljoen bezoekers trekt. Wij mikken natuurlijk op meer. Maar het belangrijkste is dat retailers, bewoners en bezoekers hier 365 dagen per jaar een vakantiegevoel ervaren. Op een schaal die uniek is voor Nederland. En dat iedereen een grote gastvrijheid ervaart op een bijzonder stukje strand en duinen.’

wat knap is op die plek. Internationaal vind ik de Dubai Mall nog steeds geweldig.’

**Wat zijn je top 3 favoriete F&B concepten?** Voerman: ‘Het Vlaamsch Broodhuys vind ik sterk. Le Pain Quotidien bevalt me ook enorm. Pavarotti vind ik heel goed. Ze maken verse pizza en pasta, snel en goed. Echt een hoge kwaliteit en laagdrempelig. En daarbij een fijne beleving.’

— **Passie voor.....**

Voerman: ‘Ontwikkelen. Impact maken. Dat is ons vak. We zijn de hele dag eigenlijk alleen bezig met creëren en het verschil maken.’

— **Mijn verborgen talent.....**

Voerman: ‘Misschien wel geduld. Ik zie het doel en kan een lange adem hebben als het gaat om het bereiken van dat doel.’

— **Wat wil ik nog bijleren.....**

Voerman: ‘Meer kennis nog verwerven van architectuur. Dingen die we in onze projecten kunnen toepassen. Ik heb nog steeds een stageplek te goed bij MVSA Architects.’

— **Missie voor 2019.....**

Voerman: ‘Veel processen worden nu in gang gezet, zodat we de targets voor huur en verkoop voor dit jaar kunnen behalen. En dat is weer belangrijk om de start bouw in december voor de laatste fase van Nieuw Kijkduin mogelijk te maken. Dat gaat zeker lukken.’

**Wat is je favoriete retailmerk?** Roeland Voerman: ‘Suit Supply. Een prachtig voorbeeld van hoe je met basics zo’n groot bereik kan hebben.’

Welk retailmerk heeft volgens jou de beste strategie online en offline? Voerman: ‘Rituals vind ik een prachtig Nederlands merk en is internationaal zo groot inmiddels. De winkels bieden een prachtige beleving. Dat is essentieel voor de online verkopen. Je moet het eerst toch zelf kunnen beleven. Ook Van Bommel heeft zich online sterk verbeterd. Als je nu bijvoorbeeld een bepaalde schoen koopt, krijg je online gelijk suggesties welke riemen daarbij passen.’

— **Wat is jouw top winkelstad?** Voerman: ‘New York, toch nog steeds. Alleen al als het gaat om bevolkingsdichtheid. Er is veel individueel ondernemerschap. In Nederland vind ik het soms wat te veel gericht op ketens.’

— **Wat zijn jouw top Winkelcentra. In ieder geval één uit Nederland.** Voerman: ‘Eigenlijk houd ik niet zo van winkelcentra. Wat wij in Kijkduin maken is ook geen winkelcentrum maar een winkelgebied. Als ik er toch eentje moet noemen: Het Gelderlandplein in Amsterdam vind ik goed. De Mall of the Netherlands moet zich naar mijn idee nog bewijzen. Ze hebben wel enorme bezoekersaantallen,

### Dit raakt mij persoonlijk....

Voerman: ‘We zijn niet van steen. Als je het eindplaatje voor Nieuw Kijkduin zo ziet, deels al gerealiseerd en deels alleen nog zichtbaar op de maquette, dan raakt mij dat persoonlijk. Dat wij dit op basis van particulier initiatief mogen ontwikkelen, samen met ons hele team, dat maakt me erg trots. En wat tevens geweldig is, is dat toekomstige bewoners en huurders nu al razend enthousiast zijn.’

— **Mijn inspiratiebron.....**

Ad Roos: ‘In dit traject kan ik zeggen dat wij elkaars inspiratiebron zijn. Voerman legt voor mij de lat altijd hoger: dat moet anders, dat moet beter. Elkaar opzweepen. Als het nog niet gebouwd is kan er altijd nog een schepje bovenop. Als het in beton gegoten is wordt het lastiger. Ook de samenwerking die wij met diverse kunstenaars, zoals Studio Job en Dirk van der Kooij, zijn aangaan om het gebied te verrijken, is een mooie vorm van inspiratie.’

Voerman: ‘Het altijd streven naar kwaliteit kan een lastige eigenschap zijn. Maar meestal krijg ik wel mijn zin. Omdat we hier allemaal gemotiveerd zijn om altijd voor het beste eindresultaat te gaan. Ook al slaakt er wel eens iemand een zucht als er toch weer iets moet worden veranderd. Maar als je ziet dat het een verbetering is, is iedereen ook weer blij.’

— **De ultieme ontspanning.....**

Voerman: ‘Kitesurfen in Kijkduin, met het hele gezin.’