

CARLO WELTEN, *Colliers International*
TEUN SWINKELS, *Swinkels Vastgoedbeheer*

‘WIL JE DE STATUS VAN PROVINCIESTAD ONTGROEIEN DAN ZAL JE MOETEN VERRASSEN EN JE NOG BETER MOETEN ONDERSCHIEDEN’

Met Carlo Welten van Colliers International en Teun Swinkels van Swinkels Vastgoedbeheer bespreken we de kansen van Eindhoven op het gebied van vastgoed. Want ja, de groei van de stad zorgt voor kansen om er iets geweldigs van te maken, maar hoe pak je dat aan?

Colliers International heeft een aantal onderzoeksrapporten uitgebracht waarin Eindhoven flink onder de loep wordt genomen. Het zijn gedegen analyses van het bestaande aanbod aan en toekomstige vraag naar hotels, kantoren en winkels. **Carlo Welten** van Colliers vindt dat Eindhoven enorm veel potentie heeft. ‘De stad is een geweldige innovatiemotor en duidelijk onderdeel geworden van de G5, de vijf grootste steden van het land. De vier technologische campussen met concentraties van ambitieuze bedrijven, zorgen voor een internationale aantrekkingskracht. Je ziet dat de groei van de bevolking vooral te danken is aan expats die hier de afgelopen jaren zijn komen werken en wonen. Deze groeiende groep van consumenten met enorme diversiteit moet wat ons betreft centraal staan in de doorontwikkeling van de stad. Er worden al goede slagen gemaakt met een betere kwaliteit van winkels, woningen en kantoren. Maar wil je de status van provinciestad ontgroeien dan zal je als stad moeten verrassen en je nog beter moeten onderscheiden. Een gezonde dosis Brabantse lef, daadkracht en samenwerking is daarvoor essentieel.’

Swinkels Vastgoedbeheer is een organisatie die daar volop mee bezig is. **Swinkels**: ‘Wij zijn adviseur en beheerder namens een aantal families en particuliere beleggers die graag investeren in Eindhoven. Vooral de proactieve samenwerking met onze huurders van onze gebouwen staat centraal in onze aanpak. En bovendien is

het steeds belangrijker om vanuit een gebiedsvisie op te trekken gezamenlijk met andere eigenaren.’

IN HET COLLIERS-RAPPORT STAAT BIJVOORBEELD DAT MEER VARIATIE IN HET HORECA-AANBOD ZEKER WELKOM IS.

Welten: ‘Eindhoven staat vooral bekend als een bestemming om doelmatig te winkelen. Om bezoekers te verrassen en de verblijfsduur te verlengen moet je een aantrekkelijke mix bieden van horeca, winkels, cultuur en evenementen. Maar liefst 13 procent van het horeca-aanbod bestaat nu uit fastfoodrestaurants en dat is veel meer dan in andere grote steden en te eenzijdig. Meer diversiteit en restaurants met internationale allure zijn nodig om in te spelen op een andere samenstelling van de bevolking. De komst van The Lobster & Ox is hiervan een goed voorbeeld. Qua winkelaanbod zien wij dat er nog ruimte is voor monobrandstores in het hogere segment. De mensen die hier wonen en werken hebben iets te besteden en die gaan nu naar vaak naar bijvoorbeeld Amsterdam of Rotterdam om deze merken te kopen. Heuvel Eindhoven en De Bergen kunnen hierin een rol spelen. Ook is het belangrijk om als stad beter na te denken over het culturele aanbod. Dit helpt de stad levendiger te maken en trekt ook weer meer mensen van buiten de stad.’

Swinkels uit wel zijn bezorgdheid over het toevoegen van winkels in bijvoorbeeld District E. ‘Het is al spannend genoeg in winkelland dus het toevoegen van winkels blijft een uitdaging natuurlijk.’



Carlo Welten (l) en Teun Swinkels



Teun Swinkels



Carlo Welten

BEHALVE HOOGWAARDIGE HORECA EN WINKELS IS ER OOK VEEL BEHOEFTE AAN NIEUWE WONINGEN NATUURLIJK.

Swinkels: ‘Zeker, die woningen zullen er gaan komen. Er worden veel plannen bij de gemeente Eindhoven ingediend. En dan moeten de andere voorzieningen daarin mee. De gemeente Eindhoven is goed bezig, ze staan open voor de nieuwe plannen, maar het gevaar is wel dat plannen ook buiten het centrum zich richten op hoogbouw. Ik zou op dat vlak eerst focussen op de door de gemeente daarvoor aangewezen gebieden. De prioriteiten zijn gesteld, bijvoorbeeld in het stationsgebied KnoopXL, en daar moet je aan vasthouden.’

EN HOE ZIT DAT MET DE EINDHOVENSE KANTOREN?

Swinkels: ‘Er is veel vraag naar kantoren. En de huidige voorraad voorziet hier niet voldoende in. Vijf jaar geleden hadden wij vrijwel 30.000 vierkante meter leegstand in onze portefeuille, vooral in oudere gebouwen. Wij hebben toen anticyclisch geïnvesteerd in de renovatie daarvan en vervolgens zijn deze kantoren in een rap tempo weer ingevuld met nieuwe huurders. We worden nog dagelijks gebeld met de vraag of we nog ergens kantoorruimte beschikbaar hebben.’

Welten: ‘Grote bedrijven zoeken vaak naar duurzame kantoren met grote open vloeren op een goed bereikbare en dynamische plek in de binnenstad. Vooral om te kunnen voldoen aan de wensen van de nieuwe generatie medewerkers. Tja, het aanbod hierin is echt veel te

beperkt. Onzekerheid rondom de nieuwbouwplannen in de stad maakt dat bedrijven de gewenste verhuizing niet kunnen doorzetten en de huurovereenkomst steeds tijdelijk verlengen. Het risico is dat deze bedrijven op termijn naar andere steden vertrekken. Dat is wel het laatste dat je als stad wilt. Dus de druk is groot om in actie te komen.’

En dat geldt volgens **Swinkels** dus voor woningen, winkels en kantoren. Wordt er wel snel genoeg gebouwd om aan die grote vraag te voldoen? ‘We missen soms wel wat progressie en snelheid vanuit de gemeente en de grote ontwikkelaars. Er wordt momenteel vanaf tekening in het stationsgebied verhuurd. En mijn persoonlijke mening is dat er dus meer kantoorruimte op risico moet worden gerealiseerd, zodat vraag en aanbod weer beter op elkaar zijn afgestemd.’

ER IS DUS WERK AAN DE WINKEL. WAT MOET ER NOG MEER GEBEUREN?

Welten: ‘Om de stad nóg aantrekkelijk te maken, moet je blijven investeren in bereikbaarheid en bijvoorbeeld zorgen voor meer zakelijke bestemmingen vanaf Eindhoven Airport. En vooral op het gebied van openbaar vervoer is er nog veel te doen. Vergeleken met de andere vier grote steden, kan hier nog een slag in gemaakt worden. Zeker met het oog op de duurzame toekomst waarin het openbaar vervoer steeds belangrijker gaat worden. Er zijn hoogfrequente busverbindingen van en naar de binnenstad, maar lang niet alle bedrijventerreinen in de regio zijn goed bereikbaar.’

Swinkels: ‘Wij hadden als ondernemer natuurlijk ook graag een echte rondweg A2/ N2 gehad.’

IN HOEVERRE DRAGEN DE RANDGEMEENTEN BIJ AAN HET SUCCES VAN EINDHOVEN?

Swinkels: ‘Je zou eens een cirkel moeten trekken rond Eindhoven, van zo’n 15 kilometer. Met de klok mee, vanuit Son & Breugel naar Best, kom je tot de conclusie dat er overal grote economische aanjagers van het gebied zijn gevestigd. Neem bedrijven als: Neways, Prodrive, Sioux, AME, TNO, DAF, NXP, NTS, Signify, ASML, VDL en Philips Healthcare. Stuk voor stuk bedrijven die de komende jaren nog behoorlijk verder kunnen groeien. Dan heb je het echt over groot Eindhoven.’

Welten vult aan: ‘Het is samen een ongelooflijk mooi gebied met veel bedrijvigheid. Enorm inspirerend. Met goede samenwerking en samen op te trekken, kan het hele gebied zich beter op de kaart zetten. Eén van de manieren waarop Eindhoven het imago verder kan verbeteren en zich kan omvormen tot echte *place to be*.’

ER KOMEN TROUWENS NIET ALLEEN MEER WERKENDE MENSEN BIJ, OOK STEEDS MEER TOERISTEN ONTDEKKEN DE STAD.

Welten: ‘Zeker. Je ziet dat onder meer terug in de vraag naar hotelkamers. Die is in de afgelopen jaren verdubbeld, terwijl er maar een kwart meer kamers zijn bijgekomen. Om de toerist echt te verrassen moet ook

het hotelaanbod wel worden verbreed. Dus niet alleen zakelijke concepten, maar vooral hotels met een aansprekende branding, bijvoorbeeld gericht op Design en Tech, waarmee je echt een beleving biedt. Het Student Hotel is bijvoorbeeld perfect in dat gat gesprongen. Ook hier geldt overigens dat de uitbreiding van het culturele aanbod essentieel is om toeristen langere tijd te vermaken.’

Swinkels: ‘Daar ligt de grote uitdaging van de stad; dat je aantrekkelijk wordt voor werkenden én toeristen. Dat die congresbezoeker zegt: we gaan ook eens met het gezin naar de stad. Een perfecte aanleiding is trouwens één van die geweldige evenementen die Eindhoven al biedt, zoals GLOW en de Dutch Design Week.’

CONCLUSIE

Ja, het gaat goed met Eindhoven en er is nog veel potentie, maar hoe moet die nieuwe stad er dan uitzien om te voldoen aan de vraag vanuit de veranderde consument en bewoner? Het is volgens **Welten** de hoogste tijd om die binnenstad echt een boost te geven. Er is volop ruimte voor vernieuwende winkels, meer diversiteit aan food & beverage, hotelconcepten van hoog niveau en een groter cultureel aanbod. De lokale overheid zou hier in de ogen van Colliers met nóg meer overtuiging op kunnen inzetten door volop ruimte te bieden aan ondernemerschap en door de bereikbaarheid te verbeteren. Met als ultiem doel? Eindhoven als ongelooflijk sterk merk dat nationaal en internationaal blijft verrassen!