

HOOGVLIET BEHEER: INNOVEREN ZIT IN ONZE GENEN

In een fraaie voormalige watertoren in Hazerswoude-Rijndijk zit Hoogvliet Beheer: een zelfstandige vennootschap binnen het Hoogvliet-concern met eigen doelstellingen én een kersverse directeur, **Riny Kouwer**: 'Wij faciliteren en optimaliseren de groei van ons supermarktzusje, maar zijn ook uitstekend in staat om zelf vastgoedprojecten te ontwikkelen.'

HOOGVLIET BEHEER: MEER DAN ALLEEN HET BEHEER VAN DE SUPERMARKTEN?

'Jazeker. In 1976 ontstond Hoogvliet Beheer vanuit het supermarktbedrijf. Vandaag de dag staan we te boek als belegger, in met name supermarktlocaties, maar ook als ontwikkelaar. Wij faciliteren en optimaliseren de groei van ons supermarktzusje, maar zijn ook uitstekend in staat om zelf vastgoedprojecten te ontwikkelen. De acquisitie van nieuwe vestigingspunten en de ontwikkeling van vastgoedprojecten zijn voor ons belangrijke activiteiten. En daarnaast exploiteren we een vastgoedportefeuille met supermarkten, winkels, woningen, kantoren en parkeergarages. Altijd innovatief, want innovatie zit ons in de genen. Voor ons vastgoed betekent dit dat wij onze ogen ook open houden voor oplossingen en combinaties die in eerste instantie minder voor de hand lijken te liggen.'

WE SPREKEN MET EEN KERSVERSE DIRECTEUR, EEN LANG-GEKOESTERDE WENS OF SAMENLOOP VAN TOEVALLIGHEDEN?

'Een combinatie van beide. Tijdens mijn studie Bedrijfseconomie, aan de Universiteit van Tilburg, liep ik mijn afstudeerstage bij een bedrijfsmakelaar. Daar kwam ik voor het eerst met het vastgoed in aanraking. Iets later reageerde ik op een mooie vacature bij Lidl, zo rolde ik

het supermarktvastgoed in. Inmiddels werk ik al weer ruim tien jaar voor Hoogvliet Beheer. Eerst in de rol van acquisiteur en sinds 1 maart als directeur. Waarom ik voor een carrière in het (supermarkt)vastgoed koos? Door de uitdaging. De constante zoektocht naar nieuwe locaties in combinatie met uitdagende lange trajecten, dat boeit mij. In dit vak kom je met zo veel verschillende partijen, mensen en ideeën in aanraking. Je moet op elk niveau kunnen schakelen. Dat maakt mijn werk iedere dag weer interessant.'

HOE ZIE JIJ DE STAD VAN DE TOEKOMST?

'Op dit moment zien we een grote behoefte aan huisvesting en 'extra's' in de steden. Iedereen wil wonen, werken én recreëren in de stad. Om dat mogelijk te maken, trok de horeca het winkelgebied in. Steeds meer mensen kiezen voor gemak en doen een hapje buiten de deur: de horeca floreert. Winkels hebben het daarentegen erg moeilijk. Er is veel verloop dat, nu zeker in deze corona-crisis, vraagt om nieuwe manieren van ondernemen.'

HOE PAST DE SUPERMARKT IN DIT PLAATJE?

'In de supermarktbranche zien we steeds duidelijker een scheiding tussen steden, buitensteden en dorpen.





Arnhem - Utrechtseweg



Boven en links Parallelweg, Woudenberg



Brouwersgracht, Veenendaal

Zo hecht men in de buitensteden en dorpen meer waarde aan het bezit van een auto, dus ook aan een supermarktllocatie met een goede bereikbaarheid en ruime parkeergelegenheid. In de stad zijn die factoren veel minder belangrijk. Daar draait alles om aanwezigheid van supermarkten op verschillende drukke plekken. Omdat de supermarkt in de stad dichterbij is, doen de mensen hier niet wekelijks, maar haast dagelijks hun boodschappen. In steden zie je dus steeds meer kleinere supermarkten in het straatbeeld verschijnen.'

WELKE TREND(S) ZIE JE IN DE RETAIL?

'Een echte game changer zie ik op dit moment nog niet, maar welke trend mij wel fascineert is die van online naar offline. Online is voor supermarkten nog steeds niet winstgevend. Toch kiest bijna elke supermarktketen ook voor een webshop, want alleen zo bedien je de klant optimaal. Kortom, met offline wordt het geld verdiend en met online extra service aangeboden. Keer op keer blijkt dat je met alleen online maar moeizaam geld verdient. Dat zie je bijvoorbeeld ook bij Coolblue. Ook deze partij snapt dat ze ook fysiek aanwezig moet zijn, zeker in de grotere steden.'

WELKE ROL SPEELT ONLINE IN DE TOEKOMST VAN DE SUPERMARKT?

'Online is here to stay, de vraag is echter hoe: in welke vorm? Gratis bezorgen is een utopie. Iets waarmee je de



Molenwerfstraat/Kerksingel, Berkel & Rodenrijs

'WIJ FACILITEREN DE GROEI VAN ONS SUPERMARKTZUSJE'

klant nu aan je bindt. Dat betekent: geen oplossing voor de lange termijn. In de komende jaren gaat er in mijn optiek dan ook zeker iets veranderen in de bezorgkosten.'

HOE DRAAGT HOOGVLIE BEHEER BIJ AAN DE STAD VAN DE TOEKOMST?

'Wij acteren met een langetermijnvisie. De supermarkt zien wij niet als een platte doos met een parkeerterrein, maar als een gebouw dat waarde toevoegt aan een omgeving. In de stad gaan wij de hoogte in of ondergronds. En vaak combineren we een supermarkt met andere functies, zoals in Scheveningen. Hier bouwden wij, op een voormalige postkantoorlocatie, een Hoogvliet supermarkt van 1.700 m². Daarboven vind je 68 zorg-gerelateerde appartementen en eronder een 2-laagse parkeergarage voor 92 auto's. Daarmee voldeden wij aan de dringende vraag naar meer zorg-gerelateerde

Badhuisstraat, Den Haag





Boven en onder Kerkvaart, Mijdrecht



‘ONLINE KAN NIET EXCELLEREN ZONDER OFFLINE’

woningen in Scheveningen. Deze woningen bouwden wij echter voor de lange termijn. Nu zijn het allemaal kleine appartementen, maar verandert de vraag, dan halen we eenvoudig de wanden weg zodat we de ruimtes makkelijk opnieuw kunnen indelen. Dat is de toekomst. Zo ga je duurzaam met ruimte en vastgoed om.’

AAN WELK PROJECT WERKEN JULLIE NU?

‘In april startten wij met de sloop van een bestaande supermarkt in Vlaardingen. Het gebouw was op, bouwkundig aan haar einde. Op de begane grond zat onze supermarkt, maar de verdiepingen erboven stonden al jaren leeg. Nu vervangen we het geheel door een nieuw gebouw, duurzaam en helemaal van deze tijd. In het nieuwe pand komt een supermarkt, een parkeergarage én 39 nul-op-de-meter sociale huurwoningen. We slopen en bouwen op een prominente plek pal tegenover het station. Kortom; een langdurig traject en een flinke uitdaging, die wij vol vertrouwen aangaan.’

TOT SLOT: AMBITIES?

‘Slechts anderhalve maand geleden, net voor de coronacrisis, trad ik aan als nieuwe directeur. Allereerst is het nu aan mij om ons door deze crisis heen te helpen. Voor de supermarkten geen probleem, maar voor de retail: een uitdaging. Samen met onze huurders zetten wij nu ons beste beentje voor. Daarnaast wil ik op korte termijn ons team compleet maken. Door de pensionering van een collega en mijn promotie komt er ruimte voor nieuw bloed en een frisse wind. Ook wil ik onze strategie meer onder de aandacht gaan brengen: met een focus op retail bouwen wij spraakmakende gebouwen. Dat doen we, in samenwerking met partners, duurzaam en flexibel, klaar voor de toekomst!’ ■

WAT IS JE FAVORIETE RETAILMERK:

Scotch & Soda
HOE GAAT AMAZON HET WINKELLANDSCHAP VERANDEREN:

Ik denk dat de impact niet heel groot gaat zijn. Amazon is al een tijdje actief in Nederland. De vraag is wat deze partij extra te bieden heeft ten opzichte van de gevestigde partijen.

WELK RETAILMERK HEEFT VOLGENS JOU DE BESTE STRATEGIE ONLINE EN OFFLINE:

Ik ben altijd al onder de indruk geweest van Coolblue. Deze partij ziet in dat online niet kan excelleren zonder offline.

WAT ZIJN JOUW TOP DRIE WINKELSTEDEN:

Uiteraard ‘m’n stadsie’ Utrecht. Maar ook Den Haag en Maastricht mogen niet ontbreken. Maastricht echter meer voor de ‘totaal beleving’ van de stad.

WAT ZIJN JOUW TOP DRIE WINKELCENTRA:

Mall of the Netherlands wordt echt bijzonder en daarnaast Westfield London

en Kerkelanden Hilversum.

WAT IS JE TOP 3 FAVORIETE F&B-CONCEPTEN IN EEN WINKELGEBIED:

Goede koffiebar, voorbeelden te over. Meneer Smakers voor een heerlijke burger. Buurten als een gezellig buurtrestaurant waar ook gezinnen met kinderen zich thuis voelen.

WIE OF WELKE PARTIJ IS DE RETAILBELOFTE VAN HET JAAR:

Dat vind ik in deze tijd moeilijk te zeggen. Veel retail is gesloten, dus een partij die de consument op dit moment online weet te boeien en te binden, gaat nu goed scoren.

WAT ZIJN DE DRIE BESTE LOKALE HELDEN:

Als ik kijk naar Utrecht, dan staat Roberto Gelato met

stip op nummer één met zijn overheerlijke ijs.

Daarnaast is The Village Coffee & Music ook absoluut

een aanrader, daar kan ik niet voorbij

lopen zonder een ‘platte witte’ te halen. Tot slot: Bigoli, de heerlijkste Italiaanse

lekkernijen, maar dan in Utrecht.

PASSIE VOOR: Supermarkt- vastgoed en Italië!

MIJN VERBORGEN TALENT: Is nog steeds verborgen ben ik bang...

WAT WIL IK NOG BULEREN: Mijzelf blijven ontwikkelen vind ik heel belangrijk.

Momenteel sta ik ingeschreven voor een leergang

‘functioneren van de manager’ bij Stichting

Bedrijfskunde.

MISSIE VOOR 2020: Het team compleet

maken voor de komende jaren

en onze strategie helder neerzetten

en uitdragen.

DIT RAAKT MIJ PERSOONLIJK: Met het huidige ‘corona-geweld’ weet ik niet waar ik moet beginnen...

MIJN INSPIRATIEBRON: Ik zou mensen tekort doen als ik er hier slechts één zou noemen.

DE ULTIEME ONTSPANNING: De momenten met

het hele gezin en dan het liefst in Italië.

LEUKSTE STEDENTRIP: Valencia en (jaarlijks terugkerend)

Florence

BESTE ZAKENDINER: Old Dutch Rotterdam (in de kerstperiode)

GROOTSTE IRRITATIE: Wachten

