

Wereldhave boekt eerste successen met haar Full Service Center



In 2025 hoopt Pieter Polman (36), directeur Wereldhave Nederland, te kunnen vaststellen dat het vastgoedbedrijf een nieuwe categorie in commercieel vastgoed heeft gecreëerd. Die van het klantgerichte 'Full Service Center', waar de consument binnen 15 minuten lopen of fietsen 95 procent van al zijn dagelijkse behoeften aan producten en diensten kan vinden. En waar hij graag en zo vaak mogelijk naartoe gaat. 'Als onze strategie succesvol is - en we zien nu al de eerste positieve signalen - zie ik volop groeimogelijkheden voor onze portefeuille.'

‘Ons doel is om onze bezoekers meer alibi’s te bieden om naar ons centrum te komen’



Horecaplein in de passage van Full Service Center Presikhaaf, Arnhem



Een Basic-Fit sportschool centraal in de passage van Full Service Center Presikhaaf, Arnhem

Wereldhave

Hoe gaat de retailmarkt zich ontwikkelen?

‘Ik denk dat retail zich veel meer

dan voorheen gaat focussen op service. Natuurlijk zien we dat de fysieke winkel onder druk staat vanwege de bekende redenen: online, lockdowns en nu staan we misschien weer voor een periode van dalende consumentenbestedingen. Aan de aanbodkant komt nu onomstotelijk naar voren dat we met z’n allen de afgelopen jaren te veel winkelmeters hebben gebouwd. Het probleem van de winkelleegstand dateert al van ruim vóór corona. Als je kijkt naar de consument van nu zien we dat die veel meer belangstelling heeft voor service en gemak.’

Wat is het antwoord van Wereldhave hierop?

‘Wij zagen natuurlijk ook in onze winkelcentra gaten vallen. Wij hebben vervolgens diepgaand onderzoek gedaan naar de brede consumentenbehoeften in relatie tot onze winkelcentra nu en in de toekomst. De bevindingen uit deze onderzoeken zijn in 2020 vertaald naar onze nieuwe strategie ‘LifeCentral’, met een heldere visie van waar we over vijf jaar (in 2025) willen staan met onze centra (de portefeuille van Wereldhave telt 11 winkelcentra in Nederland, 9 in België en 2 in Frankrijk; de laatste twee staan op de nominatie voor verkoop). En daaruit is het concept van Full Service Centers voor een beter dagelijks leven voortgekomen.’

Wat is de kern van een Full Service Center?

‘Ons FSC is gebouwd rond drie speerpunten: een sterk mixed-

use aanbod afgestemd op de dagelijkse behoeften van onze bezoekers, kwalitatief goede faciliteiten en aanvullende services - in een aantrekkelijke omgeving.

Ons doel is om onze bezoekers meer alibi’s te bieden om naar ons centrum te komen. Wij onderscheiden vier groepen van bezoekredenen: Well-being, Fixing the basics, Enjoying life en Self expression. Ons onderzoek laat zien dat de consument binnen 15 minuten fietsen of lopen in 95 procent van zijn dagelijkse behoeften wil kunnen voorzien. Het idee van de 15-minuten stad dus. Daar spelen we op in.

In onze winkelcentra kon men met name al terecht voor de dagelijkse boodschappen (Fixing the basics) en mode, schoenen en accessoires (Self expression). In onze FSC’s brengen we meer balans aan in dagelijkse klantbehoeften, dus we zetten ook meer in op Well being en Enjoying life.

Het eerste centrum dat wij nu als een volwaardig Full Service Center zien, is Presikhaaf in Arnhem. Intussen zijn ook de centra Sterrenburg (Dordrecht), Vier Meren (Hoofddorp), de Koperwiek (Capelle ad IJssel) en City Tilburg (Tilburg) volop in transformatie.’

Waarom ziet de bezoeker nu dat Presikhaaf een Full Service Center is?

‘Dat begint al bij de entree vanaf het parkeerterrein. Daar hebben wij een aantal horeca- en verszaken geclusterd waardoor een geheel nieuwe belevingswereld is ontstaan; een bruisend versplein. Centraal in het centrum zit een grote sportschool van Basic-Fit terwijl aan het buitenplein een gloednieuw health cluster is gevestigd met onder

‘Commercieel succesvolle clusters creëren nieuwe bezoekredenen voor onze bezoekers’



Versplein 'every,deli' in Full Service Center Presikhaaf, Arnhem

andere een tandartsenpraktijk, een diëtist en een laserkliniek. Deze commercieel succesvolle clusters creëren nieuwe bezoekredenen voor onze bezoekers.

Om een betere doorloop te creëren zijn daarnaast alle winkels in het centrum gehergroepeerd met een Hema in het midden en sterke trekkers aan beide entrees.

Het niveau van onze faciliteiten en services werd naar een hoger plan getild. Zo maken we het verblijf in Presikhaaf plezierig met ontmoetingsplekken en zitjes, vernieuwde en gratis toiletten, een play & relax voor kinderen en verbeterde bewegwijzering. Recent openden we in Presikhaaf ook The Point, een centraal servicepunt met een breed scala aan diensten. Van pakketten ophalen, afleveren en bewaren tot het afdrukken van foto’s, pasfoto’s maken, het lenen van

rolstoelen en kinderwagens, The Point combineert tientallen services.

De jongeren die het servicepunt bemannen zijn leerlingen van ROC Rijn IJssel en Presikhaaf University die in The Point praktijkervaring opdoen.

Connect is een andere nieuwe service die we introduceren. Met Connect kunnen bezoekers online bestellingen plaatsen bij de winkels in ons centrum en die ophalen of laten thuisbezorgen op een tijdstip dat hen past.

Om nieuwe partners aan te trekken hebben wij een Pop-Up concept bedacht waarmee zij hun concept in onze centra kunnen testen. Zo opende NIX&NIX, de eerste alcoholvrije slijterij van Nederland, in drie van onze centra een nieuwe winkel.

Het is de bedoeling dat al onze centra worden getransformeerd

‘We zijn een actieve management-organisatie die alle winkelcentra volledig in eigendom heeft’



PIETER POLMAN
directeur Wereldhave
Nederland

Wat is je favoriete retailmerk?

Anne&Max, sterk concept met een lokale touch

Welke retailer heeft echt ondernemerschap getoond in 2021?

Basic Fit - ook in tijden van corona hebben zij anticyclisch geïnvesteerd

Wat is de grootste verschuiving in de Retail?

Verskil tussen winnaars en verliezers wordt duidelijker en groter

Welk retailmerk heeft volgens jou de beste strategie online en offline?

De Bijenkorf

Welke winkelstad wil je dit jaar bezoeken om inspiratie op te doen?

New York (het kan weer)

Wat is je top 3 favoriete F&B-concepten in winkelgebieden?

Anne&Max, Starbucks,

Vascobelo

Wie of welke partij is de retailbelofte van het jaar?

Nix&Nix, de eerste alcoholvrije slijterij van Nederland

Welk nieuw Retail concept willen we zien landen in Nederland?

Kidzania

Hoe oud ben je:

36

Waar groeide je op:

Enschede

In welke stad/dorp ligt je hart:

Enschede

Binnen- of buitenmens:

Buitenmens

Introvert of extravert:

Extravert

Risico's mijden of nemen:

Nemen

Luisteren of spreken:

Eerst luisteren dan spreken

Passie voor:

Nieuwe winkelconcepten

Topserie Netflix:

Stranger Things



Ingang West vanaf het levendige westplein

tot Full Service Centers. De ruimte die de nieuwe clusters en functies nodig hebben, halen wij af van het retailaanbod. Zo is in Presikhaaf het aantal retailmeters met ongeveer 4.000 m² verkleind. Taxateurs zien liever een goed zorgcluster met zekere onderliggende huurcontracten in je centrum dan leegstaande winkelruimtes.'

Zijn er al indicaties dat het concept aanslaat?

'We zijn natuurlijk nog maar kort bezig. We hebben het concept begin 2020 aan onze aandeelhouders gepresenteerd. Ondanks vertraging door de lockdowns en coronamaatregelen zijn er al flinke stappen gemaakt en inmiddels is Presikhaaf in Nederland het eerste centrum dat wij als een volwaardig Full Service Center betitelen. De eerste resultaten zijn uitermate positief. Dat blijkt uit het doorlopende onderzoek dat we doen onder consumenten en onze partners, maar we zien ook dat de bezoekersaantallen stijgen en dat taxateurs de twee volwaardige FSC's (Presikhaaf en Les Bastions in Doornik, België) aantoonbaar hoger waarderen dan de andere centra in portefeuille. Wij verwachten dat het netto aanvangsrendement van onze portefeuille in de Benelux van 6,1 procentpunt naar 5,5 procentpunt gaat. Een daling van 60 basispunten dus.

Aan de verhuurkant zien we een groeiend enthousiasme onder huurders. Zij begrijpen inmiddels waar wij met onze centra naartoe willen en wat de voordelen voor hen zijn. Een beter dagelijks leven voor onze bezoekers leidt namelijk direct tot betere business voor onze partners. We hebben recent een aantal nieuwe huurders kunnen aantrekken en grotere contracten gesloten met bestaande partijen. Ook zijn we een partnership aangegaan met horeca-exploitant Albron die in onze centra kwalitatieve nieuwe horecaconcepten introduceert.'

‘Taxateurs zien liever een goed zorgcluster met zekere onderliggende huurcontracten in je centrum dan leegstaande winkelruimtes’

Wat maakt het werken in de retail voor jou interessant?

'Voor mij betekent retail werken in een markt met veel beweging waar je met veel partijen te maken hebt. Maar eigenlijk is 'retail' maar een deel van mijn werkzaamheden want we richten ons ook actief op non-retail partnerships. Daar komt bij dat Wereldhave een grote eigen inbreng en dynamisch ondernemerschap waardeert. We zijn een actieve managementorganisatie die alle winkelcentra volledig in eigendom heeft en alle onderdelen van de transformatie en exploitatie in huis wil doen: van techniek tot verhuur en van ontwikkeling tot marketing. En ik voorzie dat het FSC-concept zo succesvol wordt dat we ook weer voorzichtig aan acquisitie kunnen gaan denken.'