

**WERELDHAVE**  
MATTHIJS STORM, CEO  
PIETER POLMAN, CCO

# WERELDHAVE SCOORT MET NIEUWE GENERATIE 'MIXED- USE' FULL SERVICE CENTERS

De kinderstemmen in de voormalige Krakeling mogen zacht opgeslokt zijn door de 'walvis', de koektrommel waaraan de buurt verschillende namen dankt, heeft nu een smakelijke nieuwe vulling gekregen dankzij **Wereldhave**. Het vastgoedportfolio vormt een ware lekkernij voor volwassen beleggers. Wereldhave is eigenaar en manager van multifunctionele, mixed-use, winkelcentra in de Benelux. 'Wij zijn anders dan anderen.'

In het verlengde van de Koekjesbrug, tegenover huize Makroon, ligt in Amsterdam wat een poos jeugdtheater 'de Krakeling' was. Sinds ruim een jaar is dit getransformeerd naar het hoofdkwartier van Wereldhave. We zijn reuze benieuwd, temeer omdat de directie heeft aangegeven dat deze huisvesting goed de nieuwe filosofie van Wereldhave weerspiegelt.

Binnen blijkt een zwarte theaterdoos te zijn verwijderd en is de grote ruimte in authentieke staat teruggebracht: dit was aanvankelijk een turnzaal. Een nieuwe serre brengt licht binnen en biedt presentatie- en domibo-ruimte plus zelfs een tuin. Om de prachtig gerestaureerde binnenruimte toch optimaal te benutten, is nu een spectaculaire, enorme houten 'walvis' in het midden gebouwd. Althans zo noemt de architect het. Hierin bevinden zich extra werk- en overlegruimtes, waarvan er een voor ons gereserveerd is. Door de verrassende inrichting, begint dit interview met een oprechte 'wow!'.

Matthijs Storm (MS): 'Dank, dat is ook de bedoeling. We komen van een corporate kantoor op Schiphol. Onze strategie is gewijzigd, we focussen nu op de Benelux en willen weer voorop lopen in vastgoed. Wereldhave wil aantrekkelijke plekken creëren om heen te gaan om meerdere redenen, op het hoofdkantoor willen we zelf ook zo'n uitstraling hebben. Geen mono-culturele plek, maar eentje die inspireert en waar je graag terugkomt. We gaven een briefing mee aan de makelaar, deze optie kwam langs en we dachten meteen: laten we hiervoor gaan! Sommigen noem dit "het clubhuis". Het is overigens goedkoper dan de ruimte op Schiphol.'

Pieter Polman (PP): 'Zo bereik je ook een *pool* jonge, nieuwe mensen. Die willen hier graag werken. Klanten vinden het bovendien mooi. En verschillende elementen hier zijn dezelfde als in de centra, zoals de toiletten. Bij Wereldhave zitten we dicht op de stenen, maar vooral op de klantrelaties. We zijn anders dan anderen. Dat straalt dit uit.'



Matthijs Storm en Pieter Polman





Ter nadere introductie vertelt Storm in Groningen geboren te zijn, om vrij snel daarna naar Zuid-Limburg te verhuizen, waar zijn vader leraar werd. Na zijn studie Bedrijfseconomie aan de Universiteit van Maastricht, werd hijzelf al op zijn 23ste aandeelhandelaar en later analist bij Kempen & Co. Een werkkring in Londen volgde, als belegger in vastgoedaandelen, waarna hij terugkeerde bij Kempen & Co om de vastgoedtak op te frissen. Zeven jaar later klopte Wereldhave aan, waar hij nu CEO is. 'Aat van Herk, met 19% grootaandeelhouder, was overtuigd van mijn komst en stemde recent ook voor herbenoeming. Het is prettig al bijna vijf jaar dat vertrouwen -ook van de andere aandeelhouders- te hebben.'

Ook Polman heeft zijn sporen in het vastgoed verdiend. Hij is geboren en getogen in Enschede, studeerde daar Vastgoed & Makelaardij en deed in 2007 een traineeship bij Zadelhoff. Na drie jaar bij Wereldhave te hebben gewerkt, haalde Polman zijn master en stootte via de post van Managing Director door naar de functie van CCO. 'Sindsdien heeft een volledige omslag plaatsgevonden. We waren ooit een stoffige, passieve belegger. Nu gaan we vol voor actief management en transformatie naar "Full Service Centers". Ons team is goed in balans gekomen, ook met de winkelcentra die we stapsgewijs allemaal transformeren. Een beetje tegenwind kunnen we goed aan.'

#### AAN WELKE ACTIVITEITEN MOET IK DENKEN BIJ DE TRANSFORMATIE VAN WINKELCENTRA?

MS: 'Onze transformatiestrategie is een antwoord op de opkomst van ecommerce in combinatie met een overaanbod aan retail. Winkelcentra waren monofunctioneel en vaak te groot. We gingen op zoek naar alternatieve invullingen die wel voldoende commerciële synergie met retail hebben. Daarbij is ons uitgangspunt dat we het primaire verzorgingsgebied vaker en beter willen bedienen, uitgaand van het "fifteen-minute-city" model, ook vaak genoemd door het WEF. Binnen een kwartier reistijd moet je als consument alles wat je in het dagelijks leven zoekt kunnen vinden, we besloten daarom te focussen op het verbreden van het aanbod naast winkelen, waarvoor transformaties nodig zijn.'

PP: 'Als transformatie niet kan of randvoorwaarden niet kloppen, verkopen we. Zo zijn in Nederland vijf centra verkocht, waaruit weer middelen vloeien voor de transformaties.'

#### CURRENTLY WE OWN 21 CENTERS AND CIRCA 631.000 SQUARE METERS IN RETAIL & SERVICES, LEES IK OP DE INTERNATIONALE SITE. KLOPPEN DEZE CIJFERS NOG?

MS: 'Jazeker. 21 internationaal waarvan 11 in Nederland, dat klopt. In België hebben we nog drie retailparken waarmee geen plannen zijn. En een enkel kantoor, daar kan je geen Full Service Center van maken, dat dateert nog uit onze historie.'

#### WANT HET BEDRIJF KOMT UIT ROTTERDAM VAN OORSPRONG. DE HISTORIE, KUNNEN JULLIE HIER IETS MEER OVER VERTELLEN?

MS: 'Wereldhave startte inderdaad als woningbouwer in Rotterdam. Na de oorlog was daar veel te doen, we zijn beursgenoteerd sinds 1947 en daarmee ook een stabiele merknaam. Eind jaren '60 werd Wereldhave een vastgoedbelegger met internationale expansie zoals in de V.S., in alle facetten van het vak. Op de lange termijn was dat overigens niet altijd even succesvol. Daarom prent de huidige directie zich steeds in: neem niet te veel hooi op je vork. Wij ondernemen met beleid.'

PP: 'En met focus. We hadden een vliegveld in Lelystad, de Makro in Nuth, een kantoorgebouw in de V.S. inderdaad. Een ratjetoe. Totdat we een paar jaar geleden besloten te focussen op winkelcentra die we kunnen transformeren naar Full Service Centers. Zo zijn we nu expert geworden in "mixed-use" centra.'

#### TIJDENS DE TRANSFORMATIE OF OMDAT EEN HUURDER PLAATSMAAKT, SELECTEREN JULLIE NIEUWE KANDIDATEN VOOR EEN CENTRUM. HOE GAAT DAT IN ZIJN WERK?

PP: 'Je kijkt naar de toegevoegde waarde van een nieuwe partij aan het geheel. Welke nieuwe

'WIJ WILLEN AANTREKKELIJKE CENTRA CREËREN, WAAR JE HEENGAAT OM MEERDERE REDENEN'



Full Service Center Vier Meren in Hoofddorp werd in 2023 feestelijk geopend na de transformatie

#### TOP 5 HUURDERS WERELDHAVE

1. Ahold Delhaize
2. Mirage Retail Group (waaronder Blokker en Intertoys)
3. C&A
4. A.S. Watson (waaronder Kruidvat en Trekpleister)
5. MediaMarkt





Full Service Center Sterrenburg in Dordrecht won in april 2024 de Kern Jaarprijs voor beste ontwikkeling.

## 2023 GOED VERLOPEN

Wereldhave heeft in 2023 conform verwachting gepresteerd en rekt voor dit jaar op een iets hoger resultaat. Dit bleek j.l. februari voorbeurs uit de cijfers van het vastgoedfonds. CEO Matthijs Storm sprak van een druk en succesvol jaar voor Wereldhave. 'Ondanks een uitdagend economisch klimaat zagen we een indexatie gedreven 8 procent vergelijkbare groei van de huurinkomsten, met solide operationele resultaten waardoor we een direct resultaat per aandeel kunnen rapporteren van 1,73 euro, wat neerkomt op een groei van 6 procent ten opzichte van 2022.' De netto huurinkomsten stegen in 2023 op jaarbasis met 9,8 procent naar 126,4 miljoen euro.

**'JE ZIET 10 TOT 15% MEER AANLOOP IN ONZE CENTRA DAN EEN JAAR GELEDEN'**

bezoekredenen creëer je en welke synergie heeft een nieuwe huurder met het bestaande aanbod. We zijn veel op pad, vaak op locatie van onze centra en praten doorlopend met klanten. We proberen veel zelf te regelen, daar hebben we ook de juiste schaal voor. Dat lukt niet meer als je 20 miljard beheert. Wij spreken de beveiliging, schoonmakers, retailers maar ook de lokale gemeenten. We willen de filosofie van de transformaties uitdragen, ieders hart winnen. Zo komen ook kandidaten op de radar. Samen werk je aan een gebied, ook om het centrum heen. Dan krijg je dat gemeentes ook gaan mee-investeren.'

### IS DAT EEN UITZONDERING?

PP: 'Niet iedereen doet zomaar mee. Wij beginnen ons verhaal richting stakeholders daarom altijd met "het beeld zoals het centrum er over vijf jaar uitziet". Concreet voorbeeld: aan de cijfers en het betaalgedrag zagen wij de formule Big Bazar al even op "rood" staan. Daar kunnen we een gemeente dan op attenderen. Straks vallen de bureaus ook om. Is er niet teveel retailaanbod, vraag je je dan samen af? Zo zijn we de transformaties in winkelcentra Presikhaaf, Sterrenburg en Tilburg ingestapt. Samen denk je dan aan het ontwikkelen van

## 'WERELDHAVE ONTWIKKELT NIEUWE BEZOEKREDENEN'

nieuwe bezoekredenen, de vermenging van functies verbeteren en het "probleem" inzien.'

MS: 'Wij investeren significante bedragen. Daarom is het ook belangrijk om vooraf een goed gevoel te hebben over samenwerking met de gemeenten. In Maassluis wilden we bijvoorbeeld een sportschool aan het winkelcentrum toevoegen maar de gemeente wilde niet mee in functieverbreiding, dus dat centrum is inmiddels verkocht. Terwijl uit onderzoek blijkt dat sporters in zo'n winkelcentrum blijven hangen, om nog wat te eten of boodschappen te doen. Voor het centrum levert het meer bezoekers op die vaker komen. Precies wat nieuwe mixed-use huurders moeten toevoegen.'

### INTERESSANT, MEER SPORTSCHOLEN IN WINKELCENTRA. WAAR DOEN JULLIE JE IDEEËN HIERVOR OP? EN ZIJN ER AL ANDERE NIET-TRADITIONELE PARTIJEN WAARAAN GEDACHT WORDT?

PP: 'We houden goed de ontwikkelingen op het gebied van F&B, de gezondheidszorg- en leisure markt in de gaten en bekijken de mogelijke toegevoegde waarde hiervan op het totaal. Verschillende typen mixed-use huurders vormen nu bijna 15 procent van het bestand.'

MS: 'Het gaat ons om "right sizing of retail". Dat betekent niet dat wanneer iets leeg komt, je het meteen gaat opvullen met wat er was. Sommige formules willen ook gewoon wat kleiner. Wij kijken daarom inderdaad ook naar nieuwe concepten. Dat is ook pionieren, met als doel: alternatieve bezoekredenen ontwikkelen. Gezondheidspartijen naar centra halen bijvoorbeeld, dat gold voorheen als "te duur". Maar een taxateur ziet liever een huisarts met een praktijk voor 20 jaar verschijnen dat nog een schoenenretailer. In Scandinavische landen zie je dat al veel vaker: gezondheidszorg erin. Net als co working in winkelcentra in de V.S. heel normaal



Matthijs Storm en Pieter Polman

is. Dus ja, zulke trends pikken we dan op. Tijdens roadshows of klantsessies hier in de serre bespreken we zulke ontwikkelingen en implementeren ze als ze kansrijk genoeg zijn en bij de transformatie passen.'

### TENSLOTTE, HOE KUN JE DEELNEMEN IN WERELDHAVE?

MS: 'Elke particuliere belegger kan aandelen Wereldhave kopen, en we betalen circa 70% van het directe resultaat uit als dividend. We staan genoteerd aan Euronext in Amsterdam, voor wie net als wij geloven in het Full Service Center concept en in een stabiele belegging.'

PP: 'En in de focus: Wereldhave is goed in verhuren van winkelcentra. Wij trekken er keihard aan.'

MS: 'We zien 10 tot 15% meer aanloop in onze centra dan een jaar geleden. Online verliest marktaandeel, etail is verliesgevend, en er vindt nu een rationalisatie plaats van businessmodellen. Je ziet een nieuwe balans ontstaan ten gunste van de winkels.'

PP: 'Kortom, Wereldhave zorgt voor een aantrekkelijk gebied, met een mooie mix aan ketens, supermarkten en lokale samenwerkingen. Prettig om te komen, ook voor nieuwe klanten... en om desgewenst in te investeren.'