

Hoe een compleet winkelhart uit de grond wordt gestampt

22-03-2017 11:25



Door Nick Mä¶ller
Redactie RetailWatching

Ruim tachtigduizend bewoners tellen de wijken Leidsche Rijn en Vleuten de Meern. Over niet al te lange tijd zullen dat er zelfs honderdduizend zijn. Eä¶n van hen is Frans Kooijman, tevens eigenaar van de Utrechtse koffiebar 30ML. De voorzieningen zijn er â€˜nog niet zoals ze zouden moeten zijnâ€™; zegt hij. Maar hij weet ook dat daar over een jaar verandering in komt, als Leidsche Rijn Centrum wordt geopend. â€œHet moet een volwaardig centrum worden, met alles wat je ook in de grote stad vindt.â€

48 duizend vierkante meter winkelgebied zou Leidsche Rijn Centrum oorspronkelijk krijgen. Dat idee stamt echter uit de tijd dat V&D de aangewezen anker van het winkelhart is. Na jarenlang gesteggel is het project teruggebracht tot 28 duizend vierkante meter, met een Foodmarkt van Jumbo als nieuwe trekpleister. De supermarktketen opent eind dit jaar als eerste zijn deuren in het nieuwe winkelgebied, gevolgd door de rest van winkels in de eerste helft van 2018.

Momenteel wordt hard gewerkt aan de oplevering van circa 130 winkelunits, naast nog eens tienduizend vierkante meter aan kantoren, een bibliotheek en ruim tweeduizend parkeerplaatsen. Behalve Jumbo hebben bekende namen als H&M, Hunkemä¶ller, Jack & Jones, Kruidvat, Scapino en Mango al een huurcontract

ondertekend. Daarnaast zijn diverse 'local heroes'; gestrikt, vertelt commercieel directeur Rogier Hendriks van projectontwikkelaar ASR. Zo openen sneakerformule Blendz en opticien Reyer Lafeber er hun deuren. Ook kunnen bezoekers er vanaf volgend jaar terecht voor koffie uit branderij van 30ML, dat er zijn tweede zaak opent.

Visie

Hendriks en Kooijman doen hun verhaal boven een brasserie, net buiten het nieuwe Leidsche Rijn Centrum. Aan de overkant van de Grauwaartsingel zijn op dat moment zo'n 750 mensen aan het werk. En dat aantal verdubbelt richting de afbouw. Waar in Nederland of in Europa wordt nog zo'n stadshart uit de grond gestampt?, vraagt Hendriks zich hardop af.

Leidsche Rijn Centrum wordt volgens hem het tweede stadscentrum van Utrecht. Het project laat zich misschien wel het beste vergelijken met Stadshart Amstelveen. Dat winkelgebied is inmiddels wat groter en deels overdekt, maar kenmerkt zich volgens Hendriks door dezelfde visie als in Leidsche Rijn Centrum. Dat betekent onder meer hoge kwaliteitseisen en veel aandacht voor winkelgevels, de branchering en innovatie. Huurders worden bijvoorbeeld gestimuleerd om de volledige hoogte van hun nieuwe winkel te benutten. Leidsche Rijn Centrum heeft verder een innovatieplatform opgezet, bedoeld om in te spelen op (toekomstige) ontwikkelingen die van invloed zijn op winkelgedrag. In dat kader werkt MyOrder aan een loyaliteitsprogramma voor Leidsche Rijn Centrum en komt er een heel goed gratis wifinetwerk; in het winkelgebied. Dat is ook voor retailers interessant, omdat we al die data met analisten van Capgemini gaan verzamelen in een data lake om er slimme verbanden uit te kunnen halen. Zie het als Google Analytics in een stadscentrum. We kunnen de lokale ijssalon er bijvoorbeeld op wijzen wanneer er twee keer zoveel ijs moet worden ingekocht. We willen ondernemers tools geven en verbanden bedenken die voor zowel de consument als retailer voor toegevoegde waarde zijn.

Hendriks zegt te geloven in een toekomst waarin de winnaars in retail de fysieke en online wereld combineren. Niet voor niets opent online wolverkoper Woolly zijn eerste fysieke winkel in Leidsche Rijn Centrum. Daarnaast gaat het winkelcentrum experimenteren met boxen van Bringme, waarin online aankopen bij winkels uit Leidsche Rijn Centrum zijn af te leveren. Ook 'handsfree shoppen' heeft de aandacht van Hendriks. Bezoekers kunnen hun aankopen dan laten afleveren in een box, die ze leeghalen als ze vertrekken. Dat gaat gepaard met de nodige logistieke uitdagingen, omdat consumenten op de parkeerplaats niet op hun tassen willen wachten. We weten nog niet of dit iets is wat consumenten willen, maar ook dat hoort bij innovatie.

Toestroom

Wat de inwoners van Leidsche Rijn en Vleuten de Meern volgens Hendriks zeker willen is een echt stadshart. Het Brusselplein moet straks uitkomst bieden. Dat is de plek waar de intocht van Sinterklaas wordt gevierd en Daphne Schippers wordt gehuldigd bij het behalen van een gouden medaille. Zij zullen vooral zwaaien naar jonge mensen en startende gezinnen, zegt Hendriks. De inwoners zijn gemiddeld genomen hoogopgeleid en hebben een bovenmodaal inkomen. Een heel interessante doelgroep om een stadscentrum voor te bouwen. Er is zelfs een customer journey voor kinderen uitgestippeld. Op een viertal plekken in het centrum worden attracties neergezet, die het voor kinderen leuk maken het shoppingrondje met hun ouders te volgen. Ouders willen niet winkelen als ze hun kinderen steeds moeten meesleuren.



De ontwikkelaar bereidt zich voor op een grote toestroom. Vijf tot zeven miljoen bezoekers per jaar moet het centrum trekken. Veel zullen voor de Foodmarkt van Jumbo komen. De supermarktketen krijgt er de beschikking over 5600 vierkante meter, met een entree van liefst 25 meter hoog. â€œJumbo weet uit eigen ervaring in Breda dat mensen bereid zijn dertig minuten te rijden voor de Foodmarktâ€, zegt hij. In het geval van Leidsche Rijn is dat een fiks verzorgingsgebied, aangezien het stadshart aan de snelweg ligt en een eigen station heeft. â€œHet is Ã©Ã©n van de weinige plekken waar je zowel met het openbaar vervoer als met de auto binnen een uur in alle grote steden van Nederland bentâ€, aldus Hendriks.

Parkeren kunnen bezoekers straks op het dak van de Jumbo Foodmarkt. Of onder het stadshart, waar inmiddels een parkeergarage en een volledige ondergrondse expeditieruimte is gerealiseerd. De expeditieruimte heeft een eigen afslag in de Stadsbaantunnel, waardoor er volgens Hendriks geen vrachtwagens in het winkelgebied hoeven te komen. Chauffeurs die willen laden en lossen krijgen een nummer toegewezen en kunnen hun goederen met de lift vervoeren. Als ze weggaan kunnen ze ondergronds een draai maken en via een stoplicht invoegen op de snelweg.

Strategisch spel

Bang dat de expeditieruimte stil blijft, is Hendriks niet. Hoewel er veel te doen is geweest over de omvang van het project, voelt hij zich gesteund door â€˜het geloof onder retailersâ€™. â€œVijftig procent van de winkelmeters is inmiddels voorverhuurd. De horeca gaat hard en is zelfs al bijna vol. Horeca wordt steeds belangrijker voor een winkelgebied. Het komt verspreid door het centrum te liggen, waardoor je tijdens het winkelen ook een muffin voor vier euro kunt kopen. Dat is eigenlijk veel te duur,

maar mensen willen zich ook weleens verwennen.â€

ASR heeft nog een jaar de tijd ook de andere helft van de winkels te verhuren. â€œWe koersen af op een nagenoeg volledig verhuurd winkelcentrum. Er zit nog voor zoâ€™n dertig procent aan contracten in de pijplijnâ€, stelt Hendriks. Een warenhuis als V&D ziet hij niet meer komen. Wel is hij met een speelgoedwinkel in gesprek om in een zeven meter hoog pand de grootste knikkerbaan van Nederland te realiseren. Verder zoekt hij vooral nog naar modeketens in het hogere segment met een specifieke doelgroep. â€œWe willen bijvoorbeeld voor dameskleding nog wat goede namen contracteren.â€

Bovendien zijn er volgens Hendriks partijen die zich al hebben aangemeld, maar waar de projectontwikkelaar nog niet aan toekomt. â€œWe willen niet eerste de kleine winkels verhuren, waardoor grotere winkels niet meer mogelijk zijn. Dat is een heel strategisch spel.â€ ASR blijft dat spel in ieder geval nog dit jaar spelen. De ontwikkelaar nam het vastgoed vorig jaar over van KlÃ©pierre. â€œHet is een goede tijd voor winkelbeleggingen. De rente is laag en je ziet veel transacties in de retailâ€, zegt Hendriks. â€œEind dit jaar beslissen we of we Leidsche Rijn Centrum houden of gaan verkopen.â€

Benieuwd hoe Leidsche Rijn Centrum eruit komt te zien? [Klik hier een impressie en fotoâ€™s van de bouw.](#)