

Coolblue, de reddende engel van New Babylon?

03-10-2017 13:45



Van een walhalla voor gezondheidsfreaks tot een fietsenstalling: New Babylon kreeg de afgelopen maanden de nodige reddingsboeien toegeworpen. Dat Coolblue nu een levenslijn uitgooit naar het leeggelopen winkelcentrum komt als een verrassing. Een verstandige zet?

New Babylon weet eind 2013 terug de nodige aandacht te trekken met de opening van het 'meest eigentijdse winkelcentrum' van Nederland. 'Een hightrafficlocatie die run en funshoppen mixt en inzet op service, beleving en Het Nieuwe Winkelen', klinkt het. Bovendien profileert New Babylon zich als een 'innovatief winkelcentrum dat bovenop de digitale trends zit'. Zo wordt een Experience Room geopend waar innovaties op het gebied van 24/7 shoppen worden gepresenteerd, gebruiken winkels in het centrum QR-codes zodat bestellingen ook na sluitingstijd gedaan kunnen worden en zijn diverse mobiele betaaloplossingen opgesteld.



Noodgreep

Een succesformule blijkt het echter niet. Binnen een jaar na de opening merkt retailexpert Rupert Parker Brady al op dat het er alleen rond lunchtijd druk is, omdat er dan een rij staat voor broodjeszaak Dungelman. In een [column](#) noemt hij New Babylon het eerste volledig gerevitaliseerde winkelcentrum in Nederland dat bij de heropening een noodgreep heeft toegepast om het gebrek aan huurders te maskeren. “Op de eerste etage zit de Fashion Factory Outlet met ruim drieduizend vierkante meter merken. Leuk bedacht, maar als je de monstercollecties, oude voorraden en unieke samples hebt gezien, hoef je er niet meer te komen.”

Het is het faillissement van diezelfde outletwinkel dat de uittocht van huurders inluidt. Begin dit jaar gaat Fashion Factory Outlet op de fles met een huurschuld van liefst 2,5 miljoen euro. Steeds meer winkeliers vertrekken al dan niet gedwongen uit het Haagse winkelcentrum. Ook namen als Spar, Coolcat, Vero Moda, Only en The Dutch Tailors sneuvelen. Een medewerker van Jack & Jones spreekt in het [AD](#) van tegenvallende bezoekersaantallen. Daarnaast zou de huur alleen maar hoger zijn geworden. “Het is niet rendabel om te blijven.”

De leegstand loopt zover op dat zelfs de politiek zich ermee bemoeit. Fractievoorzitter Robert van Asten van D66 in Den Haag oppert om de leegstand in te zetten als tijdelijke fietsenstalling, omdat er geen mogelijkheid zou zijn om een fiets voor een kort moment goed te parkeren. Ondernemers in New Babylon zouden daar weer de gevolgen van ondervinden. De Telegraaf meldt op zijn beurt dat eigenaar Icon Real Estate, dat het gebouw eind 2015 naar verluidt voor 87 miljoen euro kocht, plannen heeft om zich op gezondheidsfreaks te richten. Alleen gezonde restaurants kunnen volgens de krant blijven en van alle andere zaken worden de huurcontracten niet verlengd. Op de eerste verdieping, waar voorheen de grote fashionoutlet zat, moet een

chique sportschool komen.

De eigenaar van het winkelcentrum weigert lange tijd om zijn plannen toe te lichten. Tot topman Erik Moresco maandag in het [FD](#) het stilzwijgen doorbreekt. Daarin merkt hij op dat 'er nogal wat mis' is met het gebouw naast Den Haag Centraal. Zo wordt nergens in de buurt duidelijk dat er een winkelcentrum zit en sluit het oorspronkelijke winkelaanbod niet aan bij andere gebruikers van het gebouw, zoals advocatenkantoor Pels Rijcken en kennisinstituut TNO. "Ik ben blij om te lezen dat er eindelijk iemand erkent dat het winkelcentrum niet goed in elkaar zit", reageert Parker Brady. "Het is goed dat er nu een eigenaar is die met een schone lei wil beginnen en durft te investeren."

Coolblue

In de nieuwe plannen van Icon is meer ruimte voor horecazaken. Zo komen er restaurants waar je een zakenrelatie mee naar toe kunt nemen. Verder wordt het aandeel flexkantoren en ontmoetingscentra op de onderste verdiepingen flink uitgebreid. Bovenal vestigt Coolblue een flagshipstore van 2600 vierkante meter op de begane grond. Een van de snelste groeiende Nederlandse retailers die een winkel opent in een slechtlopend winkelcentrum: dat vraagt om uitleg. Pieter Zwart wil niet meer kwijt dan dat de winkel 'niet alleen ontzettend cool en blauw wordt, maar ook heel groot' en het anders wordt dan wat klanten gewend zijn in de huidige acht winkels in Nederland en België. Het wordt volgens de topman 'echt het paradepaardje van Coolblue'.

Retailexpert Frank Quix, die met zijn bureau Q&A maandenlang beschikte over de Store of the Future in New Babylon, spreekt van een goede zet van Coolblue. "Het is een goed bereikbare plek. Je kunt er makkelijk parkeren en het is goed bereikbaar met het ov." De tegenvallende bezoekersstromen waar de oorspronkelijke huurders mee kampten, herkent Quix zelf niet. "Daar hebben we met de Store of the Future geen last van gehad, we trokken genoeg bezoekers. Bovendien is Coolblue geen retailer die het moet hebben van publiek dat toevallig langsloopt. De locatie laat zich goed vergelijken met de Amsterdamse Zuidas. Een Coolcat zou het daar niet kunnen redden, maar bij de winkel van Coolblue is het altijd druk. New Babylon wordt straks een 'Zuidaslocatie', als de Eerste en Tweede Kamer tijdelijk verhuizen naar het naastgelegen kantoorpand van Buitenlandse Zaken. Je moet niet onderschatten hoeveel mensen dan langs de winkel van Coolblue zullen lopen. Als ze bestellingen niet in de Kamer mogen laten bezorgen, kunnen ze die snel bij Coolblue afhalen."

Q&A schreef een aantal jaar terug voor een potentiële eigenaar een nieuw plan voor New Babylon, stelt Quix. Die partij werd uiteindelijk niet de nieuwe eigenaar van het pand, maar Quix ziet een deel van die plannen toch verwezenlijkt worden. "Wij adviseerden bijvoorbeeld om meer kantoren te realiseren, op de verdieping ruimte te maken voor restaurants en voor de begane grond zagen we ook kansen voor de categorieën waarin Coolblue actief is." De managing director van Q&A kan zich goed voorstellen dat Coolblue de winkel opdeelt in kleine units, waarin de verschillende domeinen die de retailer bedient worden uitgelicht. "Op die manier kunnen ze de ruimte benutten om te testen voor welke categorie ze buiten New Babylon kleinere winkeltjes kunnen openen. Je hoeft niet overal een winkel voor te openen."

Parker Brady denkt dat Coolblue 'er op het juiste moment inspringt' en dat er een 'strakke huurafpraak' is gemaakt. "Ze komen voor een dubbeltje op een A2-locatie, dichtbij het centrum." Een vergelijking met de beleveniswinkel van [Media Markt in Eindhoven](#) is gauw gemaakt, stelt hij. De concurrent van Coolblue rekent daar volgens hem af met het dozen schuiven, door ruimte te maken voor onder meer een innovatielab en een koffiebar. "Of Coolblue ook horeca gaat inzetten is nog niet zeker, want Pieter Zwart zegt daar geen verstand van te hebben. Maar je kunt er vanuit gaan dat er nog meer ruimte komt voor service en beleving, grotendeels betaald door de fabrikanten. De winkel kan dienen als een showcase voor andere grote steden. In het centrum van Amsterdam is het lastig om zoveel meters te huren, maar in een stad als Rotterdam liggen zeker nog mogelijkheden."

Nick Möller