

Winkelvastgoed heb je in soorten en maten. En elke soort kent z'n specifieke uitdagingen. Bij Altera Vastgoed heeft men de keuze gemaakt zich te specialiseren in *food & convenience*. Een marktsegment dat minder last heeft van online dan bijvoorbeeld *high street* en dat structurele groei laat zien. Maar het is ook een segment dat een sterke hands-on-mentaliteit vereist.



Specialist met

SCN spreekt af op winkelcentrum Toolenburg in Hoofddorp met Jaap van der Bijl (CEO) en Ivo Groenhuizen (Hoofd Assetmanagement Retail). Een winkelcentrum dat geopend is in 1992, in 1994 de NRW Jaarprijs won en dat Altera Vastgoed al sinds haar oprichting in 2000 in portefeuille heeft. Toolenburg is wat Jaap van der Bijl betreft een prima voorbeeld van het type winkelcentrum dat Altera Vastgoed sinds de bijstelling van de strategie in 2017 graag als belegging heeft.

'In het verleden richtten we ons op diverse segmenten winkelvastgoed. Omdat uit eigen onderzoek bleek dat *food & convenience* minder gevoelig is voor koopkracht-afvloeiing naar e-commerce, past de risico-rendementsverhouding hiervan heel goed bij de vereisten van onze aandeelhouders, wat vooral pensioenfondsen en verzekeraars zijn. Het is daarom dat wij de ambitie hebben om het nummer-1 winkelfonds van Nederland te worden met winkelvastgoed in *food & convenience*.'

Maar wat verstaan de heren nu precies onder *food & convenience*-winkelvastgoed? 'Voor ons winkelfonds hebben we het dan over wijkwinkelcentra en ook solitair supermarktvastgoed. Toolenburg is dan een uitstekend voorbeeld van een wijkwinkelcentrum met een accent op *food & convenience*. Het is gelegen in een goed verzorgingsgebied, midden in de wijk. De consument komt hier voor de dagelijkse en wekelijkse boodschappen. De twee supermarkten (Albert Heijn en Dirk) zorgen voor een breed aanbod, dat door kleinere winkels (*food*-speciaalzaken, maar ook een drogist, slijterijen andere winkels en horeca) aangevuld wordt. Toolenburg heeft daarmee een

compleet aanbod voor de mensen die hier wonen en die snel en gemakkelijk hun boodschappen willen doen.'

STABIELE BELEGGING

Van der Bijl begrijpt natuurlijk dat beleggers – pensioenfondsen en verzekeraars – ook in andere categorieën beleggen. 'Maar het bijzondere van dit type winkelvastgoed is dat het goede inkomsten en een hoog direct rendement genereert, hoger dan in het segment *comparison shopping*. Onze research laat ook zien dat dit type winkelen ook veel minder gevoelig is voor ontwikkelingen in de economie, het consumentenvertrouwen en de veranderingen in voorkeuren van consumenten. Daarmee is het een stabielere belegging en voor Altera Vastgoed een logische keuze om in te specialiseren.'

Maar dat is niet het enige: 'Wat ons ook heel erg aansprekt, is dat dit type winkelvastgoed goed aansluit op grote maatschappelijke trends zoals de trek naar de grote steden. Dat zie je terug in het woningbouwwolume. Stel je eens voor wat dit gaat betekenen voor de omzet van dit soort retailers. Daar komt bij dat de diverse doelgroepen van consumenten *convenience* voor hun dagelijkse behoeftigheden erg waarderen', zegt Van der Bijl.

Dat *convenience*-aspect heeft ook te maken met het gegeven dat de consument niet altijd voor winkelen naar een binnenstad wil reizen. 'Een inwoner van Hoofddorp zal ook best een keer de eigen binnenstad of die van Amsterdam of Den Haag willen bezoeken. Voor de gezelligheid of om recreatief te winkelen. De consument maakt continu afwegingen. Om daar tegenwicht aan te geven moeten ook winkelcentra als Toolenburg niet

TOOLENBURG



Ivo Groenhuizen (l) en Jaap van der Bijl

Altera Vastgoed wil nummer 1 zijn in *food & convenience*-vastgoed

ambitie

‘Food & convenience zijn minder gevoelig voor de effecten van e-tail’

alleen *convenience*, maar ook de juiste verblijfskwaliteit en branchering bieden. Ouders die de kinderen naar school hebben gebracht willen daarna het boodschappen doen soms combineren met even koffiedrinken. Maar dat wel op een efficiënte manier, met een goede bereikbaarheid en gratis parkeren.’

‘Daarnaast denken wij dat de sociale functie van dit soort winkelcentra nog zal toenemen. Het gaat niet alleen maar om het winkelen, maar ook om het elkaar kunnen ontmoeten, om functies als de apotheek, de kinderopvang en noem maar op. Waar je als consument woont, waar je zelf je leven hebt en waar je kinderen opgroeien, dat moet als thuis, als veilig en vertrouwd voelen. En dat is wat wij met onze *food & convenience*-winkelcentra willen bieden.’

ORGANISATIE

Altera Vastgoed heeft op het kantoor in Amstelveen een eigen winkelteam dat onder leiding staat van Ivo Groenhuizen (Hoofd Assetmanagement Retail). Groenhuizen: ‘Dit team bestaat uit een aantal assetmanagers, een marketing-promotiemanager, een technisch manager en

ikzelf. Met elkaar zorgen we voor een goed niveau van ons winkelvastgoed. Maar het gaat verder dan het toezien op beheer dat alleen op schoon, heel en veilig is gericht. Zo vinden we het ook belangrijk om vanuit de *customer journey* naar onze winkelcentra te kijken. Wie is die klant? Wat beweegt hem of haar? Wat is het motief om naar een winkelcentrum als Toolenburg te komen? Voor dit winkelcentrum is dat een of meerdere boodschappenbezoeken per week. Naar de Albert Heijn, de Dirk of de drogist. Maar een ander motief is het gemak, dat tot uiting komt in het aanbod, de bereikbaarheid, het gratis parkeren en de vindbaarheid (zowel online als offline).’

‘Daarnaast is het belangrijk dat het gewoon goed voelt. Toolenburg heeft een prettig verblijfsklimaat, je bent beschermt van de weerselementen en is er voor de consument die weinig tijd heeft en alleen het noodzakelijke koopt, maar ook voor de consument die even de tijd neemt voor een kopje koffie met gebak. Dat moet je faciliteren, zoals met dit terras van de bakker waar wij nu zitten. Dit type gemak zit dus niet alleen in de aanwezigheid van de twee supermarkten. Ook de andere winkels en de horeca spelen daar een belangrijke rol in en maken dat onze consument hier voor veel terecht kan en niet per se naar elders hoeft te gaan. Het gaat om de totale verblijfservaring.’

SAMENWERKING

Groenhuizen benadrukt het belang van de samenwerking tussen eigenaar en ondernemers: ‘Er is de afgelopen jaren natuurlijk veel veranderd. In de behoeften van de consument, in de retail en in de manier waarop men

aankopen doet. Waar vroeger in winkelcentra van deze grootte de marketing en promotie vooral door de ondernemers verzorgd werden, is het in deze tijd belangrijk om dat als eigenaar en ondernemers sámen te doen en hen te vragen waar wij in kunnen assisteren of bijdragen om het geheel te versterken.'

'Daar komt bij dat wij als eigenaar de ervaringen van meerdere winkelcentra in kunnen brengen. Kijk, onze belangen zijn in feite dezelfde als die van de retailers. Het is niet meer wij-zij. We zijn allemaal gebaat bij stabiliteit en duurzame relaties. Als eigenaar moet je je dan ook benaderbaar opstellen en zo werkt dat ook bij Altera Vastgoed. Dat doen we overigens niet helemaal alleen: we werken nog steeds samen met een aantal externe professionele propertymanagers, waarbij het uitgangspunt is dat alle betrokkenen doen waar zij goed in zijn en dat je gezamenlijk vanuit een gedeelde visie opereert. Dat kan betekenen dat er soms meerdere partijen aan tafel zitten. In onze visie moet iedereen zich 'eigenaar' voelen van het winkelcentrum.'

Van der Bijl vult aan: 'Wij geloven in de kracht en het doorzettingsvermogen van de retailers. Waar nodig willen en kunnen wij dit ondersteunen met onze expertise en ervaring. Dat mag zowel de huurder als de belegger van ons verwachten. Op die manier dragen we bij aan het

.....

*'Wij geloven in de kracht en
het doorzettingsvermogen
van retailers'*

juiste omzetsniveau voor de huurders, daarmee stabiele huurinkomsten en uiteindelijk ook een stabiel rendement voor de belegger.'

'Kijk, een aantal grote retailers is prima toegerust om de uitdagingen van deze tijd te pareren. Maar voor de kleine ondernemer kan dat best lastig zijn. Die ondernemer willen wij als eigenaar graag helpen. Met de kennis vanuit onze research en met sturing vanuit ons winkelteam waardoor wij *best practices* uit andere winkelcentra kunnen injecteren waar dat nodig is.'

INTENSIEF BEHEER

Dat klinkt alsof winkelvastgoed een behoorlijk intensieve tak van sport is. Intensiever dan woningen, kantoren en



ander bedrijfsmatig vastgoed? 'Dat klopt', zegt Van der Bijl. 'En dat heeft alles te maken met hoe wij onze rol als vastgoedbelegger zien. Wij willen zorgen voor goede woningen, goede werkplekken en goede winkelvoorzieningen. Dat alles maakt een wijk en uiteindelijk de stad. Vanuit ons werk hebben we invloed op de kwaliteit van dit geheel. En we zouden het niet goed doen als we ons vastgoed op z'n beloop zouden laten. Een actieve assetmanager besteedt tijd, aandacht en geld aan het vastgoed om het goed te maken. Dat past helemaal bij Altera Vastgoed: wij hebben die *drive* en zijn beslist geen passieve belegger.'

DUURZAAMHEID

De verbeteringsoperatie op winkelcentrum Toolenburg is recentelijk afgerond, maar dat is voor Altera Vastgoed geen reden om op de lauweren te gaan rusten. Groenhuizen: 'We kijken alweer naar de toekomst. Wat kunnen we nog doen op het gebied van duurzaamheid en ESG? Want dat is geen vraag meer van 'of', maar meer van 'hoe en wanneer'. Naast schoon-heel-en-veilig kijken we ook naar bijvoorbeeld energieneutraliteit. Wat kunnen we in het kader van onze jaarlijkse cyclus hier nog in meenemen? Zonnepanelen?'

'Maar behalve energie kijken we ook opnieuw naar de bereikbaarheid. Kunnen we iets met doelgroep parkeren? En wat te denken van voorzieningen als een openbaar toilet? Daar hebben we zeker al diverse ideeën bij. Zowel



Winkelcentrum Toolenburg, Hoofddorp

de ondernemer als de consument kunnen ons daarin feedback geven. Daar staan we voor open. Dat betekent dat je als eigenaar heel betrokken moet zijn bij zo'n winkelcentrum en er met regelmaat aanwezig moet zijn en je contacten moet onderhouden. Je mag ook niet te lang tevreden zijn met het resultaat van een vernieuwingsoperatie. Want dat heeft in deze tijd maar een relatief kortdurend effect. In feite ben je nooit klaar met je vastgoed.'

Groenhuizen: 'Vandaag de dag kan zowel de retailer als de vastgoedeigenaar het zich niet meer permitteren om te veel op afstand te managen. Het is een continu proces. Centraal staat daarbij de vraag: hoe kan het nóg beter? Daarom benchmarken we onze centra ook ten opzichte van elkaar. Ook belangrijk is dat we kijken wat we samen met onze huurders kunnen doen. Zo bespreken we hier in Toolenburg momenteel het toevoegen van meer groenaankleding in het winkelgebied en of we dit samen met onze bloemist kunnen realiseren.'

COMPLIMENT AAN DE HUURDERS

De upgrade van Toolenburg is ook zo iets waarin de samenwerking met de ondernemers van groot belang was. Groenhuizen: 'Onze huurders van het eerste uur verdienen beslist een groot compliment. Want het betekent nogal wat voor een ondernemer die hier sinds de jaren negentig gevestigd is, als je in het kader van een upgrade van het winkelcentrum je winkel moet verplaatsen. Dat heeft echt impact. Maar onze mensen hebben samen met

de ondersteuning van de experts van Colliers en JLL het doel en het verhaal dat daarbij hoort duidelijk kunnen maken aan de ondernemers en zo het benodigde draagvlak verkregen.'

'In Toolenburg hebben we het aantal entrees teruggebracht van vier naar drie en bij die entrees bijzondere winkelunits gerealiseerd. De uitbreidingsmeters voor de supermarkten zijn niet ten koste van het parkeren gegaan. Die hebben we gevonden in slimme verplaatsingen, waarbij we ook de leegstaande voormalige bibliotheek op +1 hebben betrokken. Een echte puzzel, en met de oplossing daarvan hebben we onze huurders uiteindelijk kunnen helpen en zij ons. Want je kunt dit niet alleen, je doet dit met elkaar. De recente ingreep is dankzij het wederzijds vertrouwen en geloof succesvol afgerond en dat is tevens de fundering voor hoe we verder gaan.'

GROEIAMBITIE

Altera Vastgoed heeft momenteel negen *convenience*-winkelcentra in portefeuille. Van der Bijl: 'Wij hebben de ambitie ons winkelfonds naar een omvang te brengen van om en nabij een miljard euro. Vanwege die verschuiving naar *food & convenience* brengen we objecten die meer in de *comparison*-hoek zitten naar de markt, zoals recentelijk De Boreel en Ekkersrijt. Dat gaan we dit jaar en volgend jaar nog doen met een aantal andere objecten. Daar staat tegenover dat we objecten zullen gaan aankopen die passen bij onze *food & convenience*-specialisatie.'

'Daarbij kijken we vooral naar de Randstad, maar objecten elders in het land zijn zeker niet uitgesloten. Dus kleinere en grotere *food & convenience*-centra, maar ook kijken we naar solitaire supermarkten. Bij dat alles is het voor ons belangrijk dat we het verzorgingsgebied begrijpen door ons te baseren op feiten en de realiteit. En dat het object beantwoordt aan onze criteria en daarmee past bij onze strategie en manier van werken. Op die manier ontwikkelen we ons winkelfonds verder.' ←

WWW.ALTERAVASTGOED.NL