

AMBITIEUS REDEVCO WIL POSITIE IN BINNENSTAD GROTE STEDEN VERSTERKEN

De versterking van het Redevco Nederland-team met Transaction Manager Fleur Abas, kan niet los worden gezien van de nieuwe koers die een van de grootste particuliere vastgoedbeleggingsbeheerders in Europa vaart. Samen met Development Manager Robert Bakker licht ze de ambitieuze strategie toe, die ook een uiterst duurzame component kent.

Redevco? Dat is toch die belegger in winkelvastgoed, met een portefeuille die vooral bestaat uit C&A-panden? Nou, nee. Bij de oprichting door de familie Brenninkmeijer ruim twintig jaar geleden had de portefeuille inderdaad een hoog C&A-gehalte, maar sindsdien is er volgens **Robert Bakker** nogal wat gebeurd. 'Ook buiten Nederland heeft Redevco flink aan de weg getimmerd. Dat heeft geresulteerd in een pan-Europese portefeuille die een totale waarde heeft van 6,7 miljard euro en bestaat uit 280 winkelpanden. Een paar jaar geleden waren dat er nog circa 400, maar inherent aan de nieuwe investeringsstrategie hebben we veel retailvastgoed verkocht, om ruimte te maken voor de uitvoering van de nieuwe strategie. Door herontwikkeling en investeringen in grotere panden is het aantal objecten dat we vandaag de dag beheren kleiner, maar de waarde is nagenoeg gelijk gebleven.'

De versterking van het Redevco Nederland-team met **Fleur Abas** valt ook samen met de plannen van het bedrijf om te groeien en nieuwe typen vastgoed, zoals woningen, aan haar portfolio toe te voegen.

Begin februari kwam ze over van vastgoedfonds Merin, waar ze verschillende functies vervulde op het gebied van Transacties, Assetmanagement & Ontwikkeling. 'Daarvoor heb ik als makelaar gewerkt bij onder andere DTZ Zadelhoff,' legt ze uit. 'Ik had ook een vastgoedadviesbedrijf, gericht op particuliere en institutionele partijen. Samen met een groot netwerk kan ik de kennis en ervaring die ik de afgelopen 25 jaar heb opgedaan in het Nederlandse vastgoed goed gebruiken in mijn nieuwe functie als Transaction Manager bij Redevco Nederland.'

Wanneer heeft Redevco die nieuwe koers ingezet?

Abas: 'Ruim vijf jaar geleden al. Met online shoppen als steeds grotere factor van betekenis was de winkelmarkt toen al ingrijpend aan het veranderen, een proces dat door de coronapandemie alleen maar is versneld. Onderzoek door de Redevco-afdeling Research & Strategy naar het veranderende retaillandschap, heeft geresulteerd in de nieuwe investeringsstrategie die sindsdien in heel Europa consequent wordt uitgevoerd.'





© FOTO CREDIT EVA BLOEM



Links en boven 18 Septemberplein, Eindhoven

‘WE KUNNEN NIET WACHTEN TOT DE DYNAMIEK IN DE MARKT WEER HELEMAAL TERUG IS, WANT DAT ZAL NIEUWE KANSSEN BIJEN’

Bakker: ‘Redevco heeft een duidelijke keuze gemaakt voor de binnenstad van grote steden in heel Europa, die goede voorzieningen op het gebied van onder andere OV en hoger onderwijs met elkaar gemeen hebben. Daar zien we grote groeimogelijkheden, die binnen onze beleggingsportefeuille gepaard gaan met diversificatie. Naast winkels hebben we woningen omarmd als nieuwe assetklasse. Daar gaan we de komende jaren flink in investeren, omdat naast winkelen, werken en recreëren ook wonen deel uitmaakt van de levendige, multifunctionele binnensteden waar we in geloven.’

Abas: ‘Vooral in kleine en middelgrote steden stoten we retailvastgoed af dat niet meer in de strategie past. Dat wil zeker niet zeggen dat er iets mis mee is, integendeel. Bijna alle panden in de Redevco-portefeuille bevinden zich op goede locaties, die heel interessant kunnen zijn voor andere ontwikkelaars en particuliere investeerders. Door ze te verkopen, willen wij financiële armslag en ruimte creëren voor de grootse plannen die we in de binnensteden van grote steden hebben.’

Kunnen jullie die grootse plannen nader toelichten?

Bakker: ‘Via de herontwikkeling van bestaand vastgoed willen we substantiële aantallen appartementen toevoegen aan binnensteden – en daarmee aan onze portefeuille.’

Abas: ‘Winkelpanden van vijf, zes verdiepingen, sluiten niet meer aan bij het winkelgedrag van de huidige consument. Concentratie van de retail op de begane grond en eventueel de eerste verdieping, biedt de kans om de winkellagen erboven te transformeren in tientallen woningen. Daarbij richten we ons op betaalbare woningen in het middensegment.’

Bakker: ‘Naast het transformeren van bestaande verdiepingen, kun je ook denken aan het toevoegen van bouwlagen. We kijken dan nadrukkelijk naar grote winkelpanden met een of twee verdiepingen. Dankzij de doorgaans robuuste draagconstructie kunnen die worden uitgebreid met een aantal woonlagen. Een hotel of werkplekken behoren ook tot de mogelijkheden.’

Abas: ‘Alle herontwikkelingen hebben met elkaar

‘NAAST WINKELN, WERKEN EN RECREËREN, MAAKT OOK WONEN DEEL UIT VAN DE LEVENDIGE, MULTIFUNCTIONELE BINNENSTEDEN WAAR WE IN GELOVEN’



ROBERT BAKKER

WAT IS JE FAVORIETE RETAILMERK:
Apple

WAT ZAL DE GROOTSTE VERANDERING WORDEN IN RETAILLANDSCHAP EN ZICHTBAAR IN POST COVID:

Voor fun-shoppen een versnelde voortzetting van de reeds voor COVID ingeslagen weg, namelijk minder vierkante meters per winkel, concentratie in de steden, meer beleving in de winkels en ook meer merkenwinkels

WELK RETAILMERK HEEFT VOLGENS JOU DE BESTE STRATEGIE ONLINE EN OFFLINE:

Apple

HOE ZOU EEN RETAILMERK ZICH MOETEN POSITIONEREN:

Een goede combinatie tussen offline en online met op beide kanalen aandacht voor verleiding, verkoop en gemak

WAT ZIJN JOUW TOP DRIE WINKELSTEDEN:

Londen, Bordeaux en Den Haag

WAT ZIJN JOUW TOP DRIE WINKELCENTRA:

Ik houd meer van binnensteden dan

van winkelcentra, maar Westfield Mall of the Netherlands is wel heel bijzonder

WAT IS JE TOP 3 FAVORIETE F&B-CONCEPTEN IN EEN WINKELGEBIED:

Mercado de San Miguel midden in Madrid en bijna alle tapas barren in San Sebastian

WELK RETAILCONCEPT WAS IN COVID-19 TIJD TOCH TOP OF MIND IN POSITIEVE ZIN:

Coolblue, Bol.com, The English Hatter

WELKE RETAIL CONCEPTEN ZULLEN POST-COVID OVERLEVEN:

Velen, post-COVID zullen de consumenten weer massaal gaan winkelen. Wie het tot die tijd uithoudt zal het overleven

WAAR BEN JE GRAAG ALS JE EVEN TIJD VOOR JEZELF NODIG HEBT:

Op het strand of in de duinen

PASSIE VOOR:

Architectuur

GROOTSTE INSPIRATIE:

Londen

DIT RAAKT MIJ PERSOONLIJK:

Mijn gezin

TOPSERIE NETFLIX:

FI Drive to Survive

FAVORIET VERVOERSMIDDEL:

Auto

ULTIEME ONTSPANNING:

Op een terras ergens in Frankrijk in de zon

BESTE ADVIES:

Wees transparant en eerlijk

WAARUIT BESTAAT EEN PERFECTE DAG VOOR JOU:

Stad bekijken, winkelen, lekker eten

VOOR WAT IN HET LEVEN BEN JE HET MEEST DANKBAAR:

Mijn gezin

IS ER IETS WAARVAN JE AL HEEL DROOMT:

Behalen van mijn vliegbrevet

WAT MAAKT DE STAD SLIM:

Goede routing en goed bereikbaar

POST COVID-19, WAAR KIJK JE HET MEEST NAAR UIT:

Op vakantie gaan

gemeen dat single-use plaatsmaakt voor mixed-use, door nieuwe functies toe te voegen aan de al aanwezige retailfunctie van het gebouw.’

Bakker: ‘Dat we voor meer vormen van gebruik van ruimte open staan, blijkt uit de herontwikkeling van Vredenburg 19 in Utrecht. Er zat een C&A, er zit nu een Decathlon. De verdiepingen erboven zijn gemoderniseerd en worden gebruikt door Zalencentrum Vredenburg. Een ander mooi voorbeeld is de C&A-vestiging in Eindhoven, die dankzij een herontwikkeling nu ook plaats biedt aan retailers zoals de Hema, Rituals en binnenkort Starbucks. De bovenste verdiepingen zijn bovendien beschikbaar als hele mooie co-working ruimten.’

Geen appartementen in de herontwikkelingen tot nu toe?

Bakker: ‘Tot voor kort pasten die minder goed in de gebouwen waar leegstand ontstond. Maar steeds vaker onderzoeken we samen met architecten en gemeenten of er appartementen kunnen worden gerealiseerd. Vaak kan dat vanaf de tweede verdieping, zo ook in het C&A-pand in Groningen.’





Vredenburg, Utrecht



Vredenburg, Utrecht

© FOTO: KEES HANNA

geen Redevco-vastgoed bij betrokken is. Het is nog te vroeg om de plaats te noemen, maar in de regio Amsterdam zijn we betrokken bij een eerste aankoop op dit gebied, namelijk een ontwikkeling die ons 172 duurzame en betaalbare appartementen op zal leveren. Ook de overname van portefeuilles, joint-ventures én een toename van het asset management voor andere institutionele beleggers, moeten bijdragen aan ons doel: een duurzame en gevarieerde vastgoedportefeuille met een waarde van tien miljard euro in 2026.'

Genoeg werk aan de winkel, zo te horen...

Bakker: 'Klopt, in alle opzichten. We kunnen niet wachten tot de dynamiek in de markt weer helemaal terug is, want dat zal nieuwe kansen bieden.'

Abas: 'Tekenend voor Redevco is dat we begin 2020, toen de eerste lockdown werd afgekondigd, meteen met onze huurders om tafel zijn gaan zitten om duidelijkheid en ademruimte te verschaffen. Dat werd en wordt zeer gewaardeerd, heb ik gemerkt tijdens de vele kennismakingen met huurders de afgelopen maanden. Redevco heeft het afgelopen jaar intensieve gesprekken gevoerd met de huurders en altijd vanuit de gedachte dat we hier samen uit moeten komen. En nu de Corona-maatregelen stapje voor stapje versoepeld worden, staan winkeliers te popelen om weer te gaan doen waar ze goed in zijn.'

Op die manier hebben we veel binnenstedelijk retailvastgoed dat zich goed leent voor een herontwikkeling waarbij ook appartementen tot de mogelijkheden behoren. De C&A aan de Coolingsingel in Rotterdam bijvoorbeeld. Bij alle herontwikkelingen en acquisities speelt onze Mission2040 trouwens een grote rol: de hele Redevco-portefeuille moet over twintig jaar CO₂-neutraal zijn.'

Abas: 'We zijn overigens in grote steden ook in de markt voor nieuwbouw en herontwikkelingen waar

Fleur Abas

WAT IS JE FAVORIETE RETAILMERK:
Nike, ik loop hier al vanaf mijn jeugd in en nog steeds weet dit merk me te verleiden

WAT ZAL DE GROOTSTE VERANDERING WORDEN IN RETAILLANDSCHAP EN ZICHTBAAR IN POST COVID:

Mensen zijn het online winkelen geforceerd gaan doen en willen terug naar een plek voor ontmoeting en beleving. Uiteraard zal het online winkelen blijven voortbestaan, maar men wil een product niet alleen op beeld uitzoeken, maar tevens het merk beleven en je ermee kunnen vereenzelvigen. Het zal meer en meer gaan om de presentatie van het merk, daar komen klanten fysiek op af en het gevolg is dat ze kopen, dat kan dan ook online zijn. Hoe het merk wordt gekocht maakt niet uit, als het maar wordt verkocht

WELK RETAILMERK HEEFT VOLGENS JOU DE BESTE STRATEGIE ONLINE EN OFFLINE:

Albert Heyn. Al jaren doen wij daar als gezin wekelijks, zowel fysiek als online, onze boodschappen. Anderen supermarkten voerden deze online mogelijkheid pas veel later door

HOE ZOU EEN RETAILMERK ZICH MOETEN POSITIONEREN:
Op de juiste plekken een 'experience' meegeven, dat kan fysiek en online. Er is een hele sterke symbiose tussen die twee. Beleving in de werkelijke wereld en beschikbaarheid via goede logistiek



WELK RETAILMERK MIS JE NU AL:

Ik mis eigenlijk niets, alles waar weer toekomst in zit wordt weer ingevuld door anderen

WAT ZIJN JOUW TOP DRIE WINKELSTEDEN:

New York en Amsterdam

WAT ZIJN JOUW TOP DRIE WINKELCENTRA:

Westfield Mall of the Netherlands / Markthal / Hoog Catharijne

WAT IS JE TOP 3 FAVORIETE F&B-CONCEPTEN IN EEN WINKELGEBIED:

Starbucks / Bagels & Beans / Stach

WELK RETAILCONCEPT WAS IN COVID-19 TIJD TOCH TOP OF MIND IN POSITIEVE ZIN:

Bol.com / Coolblue

WELKE RETAIL CONCEPTEN ZULLEN POST COVID OVERLEVEN:

Degenen die investeren om juist dat gat op te vullen dat wordt achter gelaten in de winkelstraten,

die pakken straks een groter marktaandeel. Ook geloof ik er sterk in dat concepten die zich richten op zorg en gezondheid een grote rol in de toekomst zullen gaan spelen zoals bijvoorbeeld huidklinieken

WAAR BEN JE GRAAG ALS JE EVEN TIJD VOOR JEZELF NODIG HEBT:

In de buitenlucht, vaak op het strand

PASSIE VOOR:

Gezin, sport en werk

GROOTSTE INSPIRATIE:

Een succes maken van de dingen die ik doe

DIT RAAKT MIJ PERSOONLIJK:
Het zien van leed

TOPSERIE NETFLIX:

Shtisel. Een Israëliëse serie over een ultraorthodox joodse familie in Jeruzalem (ook daar is kleding en uiterlijk van belang, zij het op geheel andere wijze dan hoe wij die kennen)

FAVORIET VERVOERSMIDDEL:

Fiets / auto / vliegtuig (... afhankelijk van de afstand)

ULTIEME ONTSPANNING:

Leuke dingen doen met familie en sporten

BESTE SPORTPRESTATIE:

Landskampioen jeugdhockey / Mudmasters 19km 2014 / Krava Maga P4-level 2019

GUILTY PLEASURE:

Na een middag shoppen met grote volle tassen thuiskomen (... met mooie merken aan de buitenzijde)

BESTE ADVIES:

Als je echt wil en je uiterste best doet, is alles haalbaar

WAARUIT BESTAAT EEN PERFECTE DAG VOOR JOU:

Hard hebben gewerkt, tijd hebben gevonden voor sport, hebben gelachen maar bovenal de gezelligheid thuis hebben meegemaakt

VOOR WAT IN HET LEVEN BEN JE HET

MEEST DANKBAAR:

Gezondheid en gezin

IS ER IETS WAAR JE AL HEEL LANG VAN DROOMT:

Onafhankelijkheid

ALS JE MORGEN ZOU KUNNEN WAKKER WORDEN MET EEN GOEDE EIGENSCHAP OF TALENT ERBIJ, WAT ZOU DAT ZIJN:

Creativiteit

WAT MAAKT DE STAD SLIM:

Dat alles bij elkaar kan worden gebracht -> alle logistieke eisen voor iedereen haalbaar maken

POST COVID-19, WAAR KIJK JE HET MEEST NAAR UIT:

Volledige interactie

'OOK DE OVERNAME VAN PORTEFEUILLES, JOINT-VENTURES EN EEN TOENAME VAN HET ASSET MANAGEMENT VOOR ANDERE INSTITUTIONELE BELEGGERS, MOETEN BIJDRAGEN AAN HET DOEL VAN REDEVCO'

