



# ‘JUIST GELAAGDHEID MAAKT STEDELIJKE LOCATIES INTERESSANT’

## CBRE GLOBAL INVESTORS

RIK EERTINK, Fund Manager CBRE Dutch Retail Fund / ESCF Fund Series  
MARIANNE WESSELO, Head of Asset Management Retail

CBRE Global Investors is één van de grootste vermogensbeheerders ter wereld. In Nederland heeft het bedrijf 7 miljard belegd vermogen, waarvan 2,5 miljard in retail vastgoed. De strategische leiding van het CBRE Dutch Retail Fund is in handen van Rik Eertink (Head of Retail) en Marianne Wesselo (Head of Asset Management Retail).  
Wat is hun ambitie voor de komende jaren?

**E**ertink: ‘Kort samengevat: we gaan meer doen op minder plekken. Het aantal kansrijke retail locaties in Europa, en ook in Nederland, vertoont de laatste jaren duidelijk een dalende lijn. Overal zie je een trek naar de steden. Wij geloven daarom in concentratie op een beperkt aantal steden en stedelijke locaties, waarbinnen we lange termijn posities innemen en de verdieping zoeken. De belangrijkste markt is voor ons Amsterdam, een stad die de laatste jaren enorm is gegroeid in aantrekkingskracht, zowel voor inwoners als voor toeristen. Daar vind je een gevarieerd aanbod aan functies, een heel diverse mix aan bezoekers, een uitstekende bereikbaarheid en een prachtige historische binnenstad. Juist die gelaagdheid maakt zulke steden interessant.’

**Wesselo:** ‘We gaan ervanuit dat de steden waar wij in investeren

krachtig zullen blijven groeien, maar dat gaat niet vanzelf. Alle belanghebbenden zullen moeten blijven investeren, van de overheid tot retailers en vastgoedeigenaren. Dat neemt niet weg dat zulke steden volgens ons een grote voorsprong hebben, die alleen nog maar groter zal worden.’

**ONDANKS DEZE POSITIEVE ONTWIKKELINGEN ZIE JE WEL DAT RETAILERS HET NIET ALTIJD MAKKELIJK HEBBEN IN DEZE TIJD. DAT GELDT OOK VOOR SOMMIGE GEMEENTEN EN WINKELCENTRA. HOE SPELEN JULLIE DAAROP IN?**

— **Eertink:** ‘Door snel te anticiperen en echt een verschil te maken in de markt. En dat werpt zijn vruchten af. Onlangs hebben we het hoogste bezettingsgraadpercentage in jaren kunnen melden, boven



de 95%. Je ziet wel dat de markt polariseert. Vooral retailers in het middensegment hebben het zwaar, net als steden en winkelcentra die niet tot het top segment behoren.'

**Wesselo:** 'Voor ons staat de vraag centraal welke rol of functie ons vastgoed vervult binnen een stad. Niet alleen nu, maar ook in de toekomst. Waar ligt het, hoe functioneert het, hoe zien de loopstromen eruit, wat voor bezoekers komen er, wat voor retailers heb je? Daar doen we voortdurend onderzoek naar. Daar spelen we ook op in door kennis te delen binnen onze gehele portefeuille in Nederland. Is het kansrijker als woningen de plaats innemen van kantoren of winkels? Al die vragen komen voorbij, want het is de combinatie die een plek succesvol maakt. Dus we kunnen niet volstaan met kijken hoe we leegstand kunnen opvangen, we moeten voortdurend onderzoeken welke investeringen of transformaties nodig zijn, in een pand of in een functie, om een locatie aantrekkelijk te houden.'

### IS DIE POLARISATIE, WAARIN VOORAL DISCOUNTERS EN TOPMERKEN EN -LOCATIES DE BESTE KANSEN HEBBEN, VOORAL TE WIJTEN AAN DE TOENEMENDE DIGITALISERING? \_

**Eertink:** 'Dat het middensegment het moeilijk heeft, is echt niet alleen te wijten aan e-commerce, al versnelt die ontwikkeling de problemen wel. Het gaat er vooral om, als retailer of als binnenstad, relevant te blijven.'

**Wesselo:** 'Wij geloven dat elke retailer in die binnensteden zijn plek kan vinden. Juist de combinatie van hele sterke trekkers op A1-locaties en straten eromheen met lokale of bijzondere retailers en andere functies als leisure en horeca, maakt een bezoek aan zo'n winkelgebied aantrekkelijk. Daarom doen de binnensteden het nu ook zo goed, zeker als ze ook een historische context hebben die toeristen aantrekt.'

**Eertink:** 'Overigens biedt de digitalisering ook enorme kansen. Door het verzamelen van data kunnen we beter sturen binnen onze posities en de consument en onze investeerders nog beter van dienst zijn. Dat geldt ook voor overheden op gebieden als veiligheid, crowd management en parkeerbeleid. En een retailer die online en offline goed combineert, is kansrijk gepositioneerd voor de toekomst. Naar die magie is iedereen op zoek, zowel de retailer als de winkelbelegger.'

### EN HOE GAAN JULLIE OM MET DE TOENEMENDE DRUKTE IN DIE HISTORISCHE BINNENSTEDEN? \_

**Wesselo:** 'Door ook buiten het centrum te kijken naar locaties die het in zich hebben om zich tot een populaire hub te ontwikkelen, zoals in Amsterdam Zuidoost. Dat kan veel druk van de binnenstad wegnemen. En dat stadsdeel heeft het ook nodig, want daar vindt nu een enorme inwonersgroei plaats.'

### VOELEN JULLIE OOK EEN MAATSCHAPPELIJKE VERANTWOORDELIJKHEID? \_

**Wesselo:** 'Jazeker, je hebt met alle belanghebbenden te allen tijde de verantwoordelijkheid. Je moet zorgen dat een gebied relevant blijft, veilig en prettig om te vertoeven, met de juiste functies.'

**Eertink:** 'We zijn al jaren leidend in het thema sustainability. Ook op dat vlak hebben we doelstellingen afgesproken met de aandeelhouders waartoe we ons verplichten om op bovengemiddelde snelheid veranderingen aan te brengen.'



Marianne Wesselo en Rik Eertink

### Wat zijn jouw top 3 winkelcentra?

**Eertink:** 'De Koopgoot in Rotterdam, daar mogen we heel trots op zijn, dat heeft toegang tot alle anchor stores op een beperkt aantal vierkante meters. Hoog-Catharijne is ook een fantastisch voorbeeld voor de Nederlandse retail markt, daar is Marianne tot vorig jaar november medeverantwoordelijk geweest voor de herpositionering.'

**Wesselo:** 'Hoog-Catharijne is mijn kindje. Ik ben er trots op wat er met dat team tot stand is gebracht. De transformatie van een introvert winkelcentrum naar een aantrekkelijk winkelhart dat verbinding heeft met alle delen van de binnenstad en die heeft versterkt.'

### Wat is je top 3 favoriete F&B-concepten?

**Eertink:** 'In Nederland is het er nog niet,

maar het zal denk ik in Amsterdam beginnen: Eataly. Ik ben gek op lekker eten, met name Italiaans. Maar een relevant F&B-concept kan ook heel goed lokaal zijn. In de Amsterdamse Poort hebben we een aantal lokale F&B-ondernemers die passen bij het DNA van die plek, waar we heel zuinig op zijn.'

**Wesselo:** 'F&B verandert voortdurend, dat maakt het zo verrassend. Ik hou er van de foodhallen in de grote steden. Vanwege de variatie aan aanbod, de levendigheid en de voortdurende vernieuwing.'

### Wat zijn jouw top-3 winkelsteden?

**Eertink:** 'Amsterdam. En Stockholm, waar ik vijf jaar heb mogen wonen, een fascinerende stad. Binnen Europa heb je Parijs en Londen als meest

dominante winkelsteden, maar Londen is voor ons echt de kraamkamer van nieuw ideeën.'

**Wesselo:** 'In Londen vindt heel veel retailvernieuwing plaats. Daarnaast Amsterdam. Utrecht is ook een zeer prettige winkelstad, met name vanwege de combinatie van een vernieuwend overdekt winkelcentrum als Hoog-Catharijne met een overzichtelijke, historische binnenstad, op loopafstand van elkaar.'

### Wat wil ik nog bijleren.....

**Eertink:** 'Nog beter vanuit internationale context begrijpen wat je lokaal slim kan doen.'

**Wesselo:** 'Ik zou nog veel meer van retailers en retail willen weten. Vast-goedeigenaren, vastgoedmanagers en retailers meer samen laten werken. En

veel meer willen begrijpen wat de retailer drijft, hoe hij zijn keuzes maakt.'

### Mijn missie voor 2019.....

**Eertink:** 'Met de beste mensen op de beste plekken meer doen in de komende periode.'

**Wesselo:** 'Daar sluit ik me graag bij aan.'

### Dit raakt mij persoonlijk.....

**Eertink:** 'Ik kom zelf uit een MKB-familie, mijn vader had een zaak in woninginrichting. De impact die een onderneming heeft op je persoonlijk leven is heel belangrijk. Wat mij raakt is dat we op tactisch en strategisch niveau plekken creëren die niet alleen voor consumenten blijvend zeer relevant zijn, maar ook werkgelegenheid bieden aan al die MKB'ers.'

### Inspiratiebronnen.....

**Wesselo:** 'Dat kan alles zijn, van ontwikkelingen in de retail tot een collega die iets voor een ander doet. Als ik vroeger met mijn dochter in de Efteling was, dacht ik weleens: waarom word je eigenlijk niet zo warm welkom geheten in een winkelcentrum?'





*v.l.n.r. Niels Coolen, Ruben Bartelink, Martijn Vlasveld, Joey Korteland en Henny van Woerkom*

## ‘WE HEBBEN AL IN 2008 EEN DUURZAAMHEIDSTEAM OPGEZET.’

**M**artijn Vlasveld geeft leiding aan het ESG-team van CBRE Global Investors Retail Nederland.

‘We hebben al in 2008 een duurzaamheidsteam opgezet. Binnen ons bedrijf vinden we het belangrijk om duurzaam te beleggen, om ons aandeel te leveren aan het tegengaan van klimaatverandering en de verduurzaming van de wereld. Bovendien zijn onze beleggers pensioenfondsen en verzekeraars en die willen naast voldoende rendement voor hun pensioenen, ook maatschappelijk verantwoord investeren.

Binnen het retailteam zijn er vier mensen met deze opdracht bezig. Behalve ik, zijn dat **Henny van Woerkom** voor de techniek, **Ruben Bartelink** voor de CBRE Dutch High Street Club en **Joey Korteland** voor het CBRE Dutch Retail Fund.

Wij vinden twee punten heel belangrijk: in de eerste plaats de CO<sub>2</sub>-uitstoot van gebouwen sterk verlagen. Volgens het akkoord van Parijs mogen we in 2030 nog maar de helft uitstoten, en in 2050 bijna niet meer. Daarnaast willen we onze gebouwen en fondsen duurzaam managen, daarbij laten we ons leiden door duurzaamheidsprincipes van de VN op het gebied van environment, social en governance.

We proberen de CO<sub>2</sub>-emissies van onze gebouwen te verlagen door het verbeteren van isolatie en de installaties, die we liefst gasloos maken. Daarnaast installeren we zonnepanelen en andere milieuvriendelijke warmtebronnen.

Om onze gebouwen en hun omgeving duurzamer te maken, gebruiken we BREEAM. Dan moet je denken aan verbeteringen in energieverbruik, materialen, luchtkwaliteit, gezondheid en veiligheid. Op die punten hebben we binnen het CBRE Dutch Retail Fund onze winkelcentra al sterk verduurzaamd.

Een goed voorbeeld is De Heuvel in Eindhoven, dat in de jaren ‘90 is gebouwd. De afgelopen jaren hebben we veel geïnvesteerd in verduurzaming. Door de installaties te verbeteren, hebben

we een derde kunnen besparen op het energieverbruik. Ook zijn er 1.200 zonnepanelen geïnstalleerd, waarmee we de elektra voor het openbare gebied nu zelf opwekken. En de winkels worden verwarmd door warmte uit de bodem, waardoor het gasverbruik sterk is beperkt. Daardoor kon De Heuvel in 2017 door BREEAM worden bekroond tot het meest duurzame winkelcentrum van Europa.

De portefeuille van de CBRE Dutch High Street Club, waarover we in 2017 het management hebben gekregen, is een half jaar geleden gecertificeerd. Het gaat om twintig gebouwen en in totaal 280.000 m<sup>2</sup>. Vaak zijn het monumentale gebouwen met enkel glas en weinig isolatie. Er zit zelfs een gebouw bij uit 1751, de Hema in Maastricht. Toch scoren ze nu al ‘Good’, wat de kwaliteit van de gebouwen aangeeft.

We willen de verduurzaming graag samen doen. Zo herontwikkelen we momenteel de voormalige V&D’s in Arnhem, Nijmegen en Groningen. In Nijmegen komen op de onderste verdiepingen retailers, in de verdiepingen daarboven woningen. Met de nieuwe retailers hebben we afgesproken dat we beide gaan investeren in verduurzaming en dat de winkels gasloos worden. En met de woningen erboven, maken we ook de binnenstad een stukje levendiger.

De Governance zit ‘m in de aansturing van onze teams en de inrichting van onze processen. Om de kennis over duurzaamheid te verhogen, organiseren we regelmatig een duurzaamheidsdag voor ons team en onze beheerders, waarbij we diverse sessies hebben over hoe we onze gebouwen kunnen verduurzamen. Verder wordt onze voortgang gemeten door GRESB, de Global Real Estate Sustainability Benchmark, waarin bijna alle grote vastgoedbeleggers worden vergeleken. Door onze inspanningen en vroege start, horen we bij de top 10% van de wereld. Ik hoop dat we daarmee een voorbeeld kunnen zijn voor anderen en gezamenlijk de wereld duurzamer kunnen maken.’

**‘WE GAAN ERVANUIT DAT DE STEDEN WAAR WIJ IN INVESTEREN KRACHTIG ZULLEN BLIJVEN GROEIEN, MAAR DAT GAAT NIET VANZELF.’**



**Lieske van Pelt**, genomineerd voor de Funda in business/ Vastgoedmarkt Young Talent Award, is asset manager van de Amsterdam portefeuille.

‘Het gaat goed met Amsterdam, maar over de retailmarkt ben ik toch kritisch. Je ziet her en der leegstand en een aantal panden is overpriced. Wij proberen de gebouwen die we managen in ieder geval voortdurend te verbeteren. Zo gaan we onze panden in de Leidsestraat flink aanpakken. Leidsestraat 100 heeft nu een jaren ’90 look and feel. Na een pitch hebben we gekozen voor een fraai, hedendaags ontwerp van de Architecten Cie. Er komen twee lagen retail en zes vrijesectorwoningen daarboven. Voor Leidsestraat 39 willen we een nieuwe retailer aantrekken, daarvoor hebben we meerdere aantrekkelijke gevelbeelden gemaakt.

Bij zo’n transformatie komt net zoveel kijken als bij het herontwikkelen van een voormalig V&D-pand, wat we ook doen in verschillende steden. Je hebt te maken met veel partijen, van de burens, bestaande huurders, nutsbedrijven, tot de beeld- en kwaliteitscommissie. Maar het resultaat zal prachtig worden. We zouden de hele Leidsestraat naar een hoger niveau moeten tillen. Daarvoor is het nodig om actief met alle stakeholders in het gebied samen te werken.’



**Niels Coolen** is asset manager en developer van De Heuvel in Eindhoven.

‘De locatie heeft de kwaliteit en dominantie om door te ontwikkelen tot een ‘urban’ centrum in een economisch belangrijke stad met een enorme groeipotentie. Brainport Eindhoven is echt een stad in transitie, een stad die barst van de creativiteit en innovatie.

De meeste mensen zien De Heuvel enkel als een overdekt winkelcentrum. Feitelijk heeft het 100.000 m<sup>2</sup> vloeroppervlak en zeven functies, waaronder parkeren, winkels, woningen, kantoren, hotel, een casino en een muziekgebouw. Echter, met de locatie hebben we goud in handen. Het ligt A1, op loopafstand van het centraal station en direct aan de Markt. Bovendien neemt deze plot circa vijftien procent van de binnenstad in. Je kan hier alle grootstedelijke programmering voor een veerkrachtig ‘urban’ centrum kwijt, maar dan moet je het wel willen zien. De toekomstige Heuvel zal daarmee meedansen met de groei en transitie van de stad Eindhoven.

Daarom heb je een operator nodig die dat allemaal in gang kan zetten. Mijn team heeft de visie, slagkracht en expertise om dit te realiseren, samen met de relevante actoren binnen de gemeente Eindhoven.’



**Wouter Dijkman** is asset manager van de Koopgoot in Rotterdam.

‘Je ziet dat Rotterdam zich als stad de laatste tien jaar enorm heeft ontwikkeld. Gebouwen schieten uit de grond en er zijn nu meer inwoners, meer toeristen en meer hoger-opgeleiden. Alleen al daarom verdient Rotterdam een volwaardig stadscentrum. De Koopgoot is al vanaf de jaren 90 een enorm succes, en is verkozen tot beste winkelcentrum van de afgelopen 25 jaar. Maar we moeten blijven verbeteren en zoeken naar meer diversiteit. Het gebied huisvest nu met name retail en na zeven uur ’s avonds is er weinig te doen. Daarom voegen we nu horeca toe, zodat mensen er langer verblijven, en we zoeken naar oplossingen om de verbinding met de vernieuwde Coolingsingel en het omliggende stadshart te verbeteren. Bovendien willen we ook parkeergelegenheid bieden aan fietsers. Om een echt verbeterd centrum te creëren, is samenwerking van alle stakeholders nodig. Daarom hebben wij nu het initiatief genomen om alle partijen bij elkaar te brengen en een gezamenlijk plan op te stellen. Het is een initiatief met uitdagingen, maar ik heb er het volste vertrouwen in dat het lukt. En dan heeft iedere Rotterdammer binnenkort een centrum om trots op te zijn.’



**Bas Buvelot**, director asset development, is verantwoordelijk voor de herontwikkeling van winkelcentrum De Amsterdamse Poort.

‘Amsterdam Zuidoost gaat groeien van 85.000 naar 140.000 inwoners. Partijen als ING investeren er al fors. Het ligt bovendien gunstig naast het metro- en intercity station Bijlmer Arena en de ‘leisureboulevard’. Aan alle randvoorwaarden is voldaan om dit gebied de komende jaren te transformeren tot een ‘urban district’. Nu is de Amsterdamse Poort nog een monofunctioneel winkelcentrum met sociale huurwoningen erboven. ’s Avonds is er niets te beleven. Samen met MVSA Architects en 3W real estate en in overleg met de gemeente en externe partners hebben wij een masterplan ontwikkeld voor een gebied ter grootte van 18 hectare. Het wordt een ‘urban’ centrum waar middels verdichting een unieke mix van winkelen, wonen, leisure, werken, ontmoeten en verblijven wordt gerealiseerd. Er komen 2.750 woningen op en rondom het centrum. Oude kantoren en parkeerdekken worden getransformeerd, met op de daken veel groen en binnentuinen. En er komen nieuwe commerciële avondfuncties, maar wel met behoud van de lokale, authentieke, multiculturele ondernemers zoals je die in de Shopperhal vindt. Zo wordt de Amsterdamse Poort een echt onderscheidend centrumgebied met alle stedelijke functies die bij een bruisend stadscentrum horen.’

**Aad Dobben** is verantwoordelijk voor de assets in de Haagse binnenstad.

‘Den Haag is een unieke stad, echt de grand old lady onder de Nederlandse steden. Met een goed bereikbaar historisch centrum dat een heel overzichtelijk winkelgebied vormt. De Grote Marktstraat, de oude en nieuwe passage, dat zijn echt winkelstraten met allure. Wij managen aan de Grote Marktstraat een aantal monumentale panden van verschillende grootte. Onze ambitie is om die hun uitstraling te laten behouden, maar ook te verbeteren en te verduurzamen en waar mogelijk passender in te vullen. De restauratie van de gevels en de ramen van De Bijenkorf wordt nu aangepakt en we hebben goede studies om de rest van onze binnenstedelijke Den Haag portefeuille verder te versterken. We denken na over het toevoegen van functies als woningbouw, kantoorruimte of een hotel. En we stellen nu een masterplan op om te kijken hoe onze gebouwen met elkaar in verbinding staan en hoe ze elkaar zouden kunnen versterken. Kortom, er zijn nog volop kansen om binnen deze ‘urban hub’ verbeteringen aan te brengen.’