

## 72 eigenaren en toch vernieuwen, dit zijn de lessen van Winkelcentrum Schalkwijk

15-11-2016 16:00



**Winkelcentrum Schalkwijk in Haarlem heeft net als veel stadsdeelcentra te kampen met leegstand, een lagere passantenstroom en versnipperd eigendom. Hoe maak je van dit winkelcentrum weer een succes? De afgelopen 15 jaar zijn er verschillende initiatieven geweest, maar 'Centrum Schalkwijk' wordt volgens de betrokken partijen dé oplossing. VJ ging om de tafel met de partijen betrokken bij dit project om te horen wat volgens hen de sleutel tot succes is.**

Wethouder Van Spijk: "Winkelcentrum Schalkwijk bestaat sinds de jaren '70. We hebben een jaar of veertien, vijftien geleden gezegd dat we het winkelcentrum willen uitbreiden. Toen kwam de financiële crisis in 2008 en een grote partij, ING Vastgoed, trok zich hierdoor ook terug." Oorspronkelijk zou het wijkwinkelcentrum in Schalkwijk herontwikkeld worden tot stadswinkelcentrum. ING was daartoe door de crisis niet meer in staat, waarna Haarlem de overeenkomst met de ontwikkelaar in 2009 opzegde. Toch betekende dit niet het einde van de nieuwbouw- en revitalisatieplannen. Van Spijk: "Wat dit een mooi project maakt is dat we als gemeente, samen met de vastgoedeigenaren, hebben gezegd dat we alsnog doorgaan en blijven geloven in het winkelcentrum. De gemeente heeft een deel van de rol van ING overgenomen door huurcontracten over te nemen van een aantal winkels."

*Artist's impression bioscoop*

**Van 26.000 m2 naar 34.000 m2**

Wat zijn precies de plannen? Winkelcentrum Schalkwijk heeft in zijn huidige vorm 26.000 m<sup>2</sup> aan winkels. Het gaat om zo'n 116 winkels in totaal, verdeeld over 72 eigenaren. Ongeveer twintig winkels staan op dit moment leeg, toch omvatten de nieuwbouwplannen 8.000 m<sup>2</sup> extra voor winkels zoals een Albert Heijn XL, een Aldi en wat kleinere winkels en horeca om weer een winkelstraat en een plein te maken. Ook komt er een nieuwe parkeergarage en een bioscoop met 7 zalen met 1000 plekken in totaal. Daarnaast worden er ca. 140 woningen gebouwd.

Projectmanager Roger Kersten van Akro Consult: "De discussie was al snel, moet je meters bijbouwen als je zoveel leegstand hebt? De extra meters zijn bedoeld om de kwaliteit, diversiteit en de structuur van het winkelcentrum te verbeteren. Door de komst van budgetsupermarkt Aldi en een uitbreiding van de AH XL hebben we goede trekkers te pakken." De Raad van State was het met deze toelichting ook eens en heeft de zeven ingediende bezwaren ongegrond verklaard. Kersten: "Je moet niet alleen fixeren op de leegstand, want daarmee beloon je eigenlijk de eigenaren die niets doen. Zij vernieuwen niet en wachten tot er iets gebeurt. Vernieuwing leidt juist tot een prikkel voor de rest van de winkeliers en vastgoedeigenaren."

## **2019: een vernieuwd Schalkwijk**

Hoe snel kunnen we de nieuwbouw in Schalkwijk zien? Kersten: "De plannen zullen gefaseerd worden uitgevoerd. Het belangrijkste is de bouw van het grote nieuwbouwblok, waar de supermarkten, de parkeergarage en de woningen zich in gaan vestigen. We zijn met de aanbesteding gestart om een marktpartij te vinden die dit gaat aanpakken evenals de openbare ruimte en we hebben nu een shortlist van drie partijen. We zijn op zoek naar een ontwikkelaar met een visie op winkelen. Volgend jaar zal de gemeente de grond al bouwrijp maken, zodat het bouwen zo snel mogelijk kan beginnen. Hopelijk is in 2019 de nieuwbouw gereed, maar dit ligt eraan hoe snel het bouwen begint en wat de plannen zijn van de ontwikkelaar."

Het tweede onderdeel van het plan is het aanpakken van de bestaande Nicepassage. Er zijn afspraken gemaakt met de vastgoedeigenaren om de winkels uit te breiden en een goede aansluiting met het bestaande winkelcentrum te bevorderen, zodat het als één geheel aanvoelt. Kersten: "Daarnaast komt de bioscoop die zal worden uitgebaat door NH Bioscopen. De grond is verkocht aan BAM. Met de eigenaar van de Nicepassage en de BAM zijn we in overleg om te kijken of zij vooruitlopend op het supermarktenblok kunnen gaan bouwen. "

## **Niet vechten tegen de bierkaai**

Er wordt ondertussen niet gewacht op de impuls die de nieuwbouw zal brengen. Er wordt nu al hard gewerkt aan de revitalisatie en de verbetering van de invulling van het winkelcentrum. Wethouder Van Spijk: "Het aanbod is traditioneel, het zijn nu voornamelijk landelijke winkelketens in het centrum. We willen het nu veel meer een winkelcentrum van de buurt maken en de buurt erbij betrekken. Een voordeel is dat er in de nabije toekomst 3000-5000 woningen in Schalkwijk bijgebouwd gaan worden, deze ontwikkeling gaat het winkelcentrum enorm versterken en biedt nu al een mooi perspectief voor zowel de huidige als de toekomstige ondernemers. We vechten dus niet tegen de bierkaai." Volgens de wethouder is dit tevens de reden waarom de gemeente Haarlem achter het winkelcentrum staat. Van Spijk: "Wij hebben als gemeente geïnvesteerd in dit winkelcentrum omdat het cruciaal is voor Schalkwijk. Het moet meer zijn dan alleen een 'winkelcentrum', het moet het centrum worden van Schalkwijk."

## **Economisch en kwalitatief verbeteren**

De revitalisatie van Centrum Schalkwijk heeft drie hoofddoelstellingen, namelijk economische (de leegstand te verminderen, bezoekersaantallen en de bijbehorende besteding te verhogen) en kwalitatieve (een betere mix van winkels, horeca en overige voorzieningen). Imago is ook belangrijk, Centrum Schalkwijk moet een prettige plek worden om te bezoeken en te verblijven.

Tony Wijntuin, retailconsultant van WYNE Strategy & Innovation die in opdracht van de eigenaren van het winkelcentrum bezig is met de revitalisatie van Centrum Schalkwijk, vindt niet alleen de invulling van het winkelcentrum en de nieuwbouw van belang, maar vooral ook placemaking. De eigenaren van het winkelcentrum hebben de hulp van bureau Placemaking Plus ingeroepen. Wijntuin: "Wij hebben als doel om van een naar binnen gekeerd winkelcentrum een aantrekkelijke plek te maken die in verbinding staat met de wijk. Iets wat bij veel winkelcentra vaak mis is gegaan, er werden namelijk vier muren met een dak erop gebouwd maar niet gekeken naar de omgeving. Dus wij willen winkelcentrum Schalkwijk transformeren naar Centrum Schalkwijk. Een aantrekkelijk plek met meer dan alleen maar winkels, maar ook goede horeca, cultuur en sociaal maatschappelijke voorzieningen en evenementen."

## **Het DAK op**

Een van de manieren om dit voor elkaar te krijgen was DAK, een initiatief waarbij het dak van de parkeergarage de afgelopen zomer werd omgetoverd naar een ontmoetingsplek voor jongeren. Wijntuin: "Er is als eerste concrete actie van de vernieuwende aanpak een basketbalveld aangelegd, palmbomen neergezet en kunstgras neergelegd. Het werd een echte 'chill plek' voor jong en oud, het bracht reuring en het was gezellig om er te zijn. DAK heeft een enorme impuls aan Centrum Schalkwijk gegeven, nieuwe energie vrijgemaakt en heel veel positieve publiciteit opgeleverd. En vooral de verbinding gebracht tussen het winkelcentrum en de omwonenden."

## **Sociaal maatschappelijk rol weggelegd**

In de afgelopen maanden zijn er inmiddels ook weer nieuwe retailers aangetrokken, zoals publiekstrekker Action, maar ook lokale ondernemers hebben de deuren geopend. Iets waar vanuit de verbinding met de wijk actief op wordt gestuurd. Bijvoorbeeld een halalslager, een hobbywinkel en een modewinkel die zich vooral op de doelgroep jongeren richt. Toch gaat het in de zoektocht naar nieuwe ondernemers niet alleen om pure retail, er wordt volgens Wijntuin ook ruimte gemaakt voor sociaal maatschappelijke initiatieven, zorgconcepten en cultuur. Wijntuin licht toe: "De pop-up store van Triple Threat die ook een uitkomst is van de placemaking-aanpak is een voorbeeld hiervan. De winkel wordt gerund door jongens en meisjes uit de wijk en die zo actief willen bijdragen aan wat er gebeurt in Schalkwijk. Zo helpen ze jongeren met sporten, maar bieden ze ook huiswerkbegeleiding aan, workshops en vaardigheidstrainingen. De winkelruimte is tegen 'sociaal maatschappelijke huuropbrengsten' ter beschikking gesteld aan het jongerenplatform. Omdat het een zeer laagdrempelige organisatie is, zie je ook veel meer jongeren terug in het winkelcentrum."

## **Structurele aanpak**

Wijntuin: "Naast de organische aanjaagfunctie van placemaking, zijn we ook bezig met een structurele aanpak voor het winkelcentrummanagement. Meer inzicht te krijgen in passantenstromen, bezoekersaantallen en ondernemers zijn ook steeds meer bereid hun omzetgegevens met ons te delen. Al deze data gebruiken we om het winkelcentrum te versterken. Leegstand proberen we ook actief terug te dringen door marktpartijen actief te benaderen en actief te sturen op het gericht invullen van de leegstand, in lijn met het brancheringsplan dat is vastgesteld."

Waar liggen de kansen? Wijntuin: "Schalkwijk heeft primair een stadsdeelfunctie en moet niet de competitie aan willen gaan met de binnenstad. We willen aanbod dat past bij de buurtbehoefte maar dat ook inspeelt op de ontwikkelingen die er komen. Een sportwinkel of fietswinkel zou hier niet misstaan. En met alle nieuwbouw en transformatieprojecten in Schalkwijk zou een compacte doe-het-zelfzaak het heel goed doen hier. Ook het horeca aanbod kan stukken beter en de foodcomponent is onderbelicht. Dus een goede mix is belangrijk."

## **Kwestie van tijd**

En hoe reageren de vastgoedeigenaren en de ondernemers op deze veranderingen? Winkelcentrum Schalkwijk heeft zo'n 72 verschillende eigenaren, een mix van vastgoedfondsen, particuliere en institutionele beleggers. Helmich Weidema, voorzitter van de CVVE van Schalkwijk: "Er is sprake van urgentie, niets doen is geen optie. We willen leegstand zo snel mogelijk invullen en we zijn al jaren bezig om de uitstraling van het winkelcentrum te verbeteren. Maar je wordt soms toch ingehaald door de tijd. Bijvoorbeeld met het wegvallen van de V&D. Bepaalde gebeurtenissen gaan toch sneller dan de tijd die je nodig hebt om een winkelcentrum te actualiseren, met het risico dat je achter de feiten aanloopt. De ontwikkelingen in Schalkwijk, met veel hoogwaardige nieuwbouwwoningen in de directe omgeving van het winkelcentrum, bieden echter kansen voor Centrum Schalkwijk".

## **Veel overleg en kopjes koffie**

Wijntuin: "We proberen partijen aan te dragen die beter passen in het totaalbeeld van het winkelcentrum, in plaats van blind te gaan voor het invullen van de leegstand. Er zijn eigenaren die zeggen: 'ik snap het' en die heb je meteen mee, maar soms moet je wat harder duwen en trekken. En er zijn altijd eigenaren die niet mee bewegen, maar ik denk dat het een kwestie van tijd is. We hebben nu panden gevuld die al langere tijd leegstonden en dat maakt toch wel iets los. Eigenaren én ondernemers zien de veranderingen en er is steeds meer interesse om mee te werken. Ik ben de eerste die het toegeeft: het kost vooral veel overleg en kopjes koffie om met 72 eigenaren iets te bereiken. Maar ik durf de uitdaging wel aan dat over twee jaar Schalkwijk een mooi voorbeeld is van hoe je een winkelcentrum met versnipperd eigendom succesvol kan revitaliseren."

Kimberly Camu