

Carl Rodewald is ontwikkelaar bij MAB en neemt ons aan de hand van twee projecten mee in de wereld van het vastgoed. Met zijn achtergrond als architect probeert hij uit te leggen hoe een goed ontwerp kan bijdragen aan het succes van de investeringen in een gebouw of stadsdeel. MAB Development, onderdeel van Rabo Vastgoedgroep, is een Europese ontwikkelaar van commercieel vastgoed en multifunctionele binnenstedelijke projecten.

Verslag van de lezing 8 mei 2012

door Wybren Jorritsma

Afbeeldingen: www.myzeil.de, flickr.com, www.mab.com

Naast het feit dat een goed ontwerp in eerste instantie van belang is om groen licht te krijgen voor de uitvoering van bepaalde projecten, is de volgende stap ook een belangrijke. Namelijk het vinden van goede huurders. En dan is er nog het uiteindelijke doel van het realiseren van een aantrekkelijk gebouw om de klant te verleiden een bezoekje te brengen. Rodewald legt uit dat tussen deze drie doelen zich fases bevinden van nadenken, ontwikkelen, verkopen, maar ook het bestuderen van financiën, marketingstrategieën en het selecteren van de juiste architecten.

Om dit zo goed mogelijk te kunnen uitvoeren is het belangrijk om je goed in een ander te kunnen verplaatsen, zegt Rodewald: 'Je moet bijvoorbeeld goed vanuit de gebruiker kunnen redeneren, om zo de ideale loopstroom in een gebouw of gebied te realiseren, om vanuit die kennis de mensen als het ware een gebouw in te kunnen zuigen'.

MyZeil shopping center

De zuigende werking heeft in MyZeil shopping center een wel heel letterlijke ruimtelijke vertaling gekregen. De strakke gevel wordt onderbroken door een spectaculaire draaikolk die centraal als een slurf door het winkelcentrum stroomt om bijna het Frankfurter winkelend publiek naar binnen te slurpen [1] [2]. Binnenin voert de grootste roltrap van Europa de bezoekers direct naar de vijfde etage om zodoende een goede loopstroom te genereren en ook de bovenste etages verhuurbaar te maken, wat normaal gesproken erg lastig is met warenhuizen met meer dan 2 etages [2].

In 2009 heeft MAB in een van de drukste en meest chique winkelstraten in Duitsland winkelcentrum MyZeil gerealiseerd. Naast het winkelcentrum bestaat het project uit een kantoorgebouw van 135 meter hoog, een hotel en een ondergrondse parkeergarage met 800 plaatsen. In het totale gebied werd voor 1 miljard geïnvesteerd met de hoop om dergelijke investeringen terug te verdienen door na verloop van tijd een goed draaiend winkelcentrum te kunnen verkopen. Een mogelijke koper zou een pensioenfonds kunnen zijn die zoiets als een goede belegging ziet.



[1]



[2]

Aldoende

Maar voordat het door de Italiaanse architect Massimiliano Fuksas ontworpen gebouw verkocht zou kunnen worden, zit na de ontwikkeling een hele tijd van gebouwbeheer waarbij je tegen allerlei mogelijke vraagstukken aanloopt. De kunst hierbij is voor MAB om als eigenaar een goed huurderbestand op te bouwen om zo voldoende inkomsten en uiteindelijk vastgoedwaarde te genereren. Rodewald: 'De vraagstukken die ik tegenkom variëren van huurders die niet tevreden zijn over de tegelvloer, tot regelgeving die MAB parten speelt als gevolg van een historiserende aanbouw van het winkelcentrum.' Om een vertrouwde en aantrekkelijke aansluiting te zoeken bij het aangrenzende historische stadsdeel werd er een soort nepmonument gebouwd welke gek

genoeg een 'echte' monumentstatus heeft gekregen [3]. Rodewald: 'Hierdoor worden we nu in sommige opzichten zelf beperkt door ons eigen ontwikkelde gebouw.'

“

Je moet goed vanuit de gebruiker kunnen redeneren

Een andere dagelijks probleem ervoer Rodewald met het bewaken van de huisstijl en interne uitstraling van dit winkelcentrum. Hoe bewaak je de uniformiteit en internationale allure die passend is bij MyZeil als iedere winkel ook weer zijn eigen reclame-uitingen wil? Als oplossing bedacht Rodewald de omhulsels in uniforme stijl met unieke reclame-uitingen boven aan de zuilen [4].

Een dilemma deed zich voor toen het succesvolle Hollistor als eerste een winkel op Europese bodem wilde openen in MyZeil. Rodewald: 'Een prachtige kans natuurlijk om 700m² te kunnen verhuren aan deze zeer populaire kledingwinkel.' Echter wel een kledingwinkel met een ware cultstatus door de kenmerkende Zuid-Californische surfstijl-uitstraling, waardoor de entreepartij behoorlijk uit de toon zou vallen bij de rest van het winkelcentrum -welke aan strikte richtlijnen is onderworpen. Gezien de aantrekkingskracht van Hollister werd er een uitzonderingspositie gecreëerd.

Deze voorbeelden worden aangehaald door Rodewald om aan te geven dat je als beheerder over andere eigenschappen en vaardigheden moet beschikken dan die van een ontwikkelaar alleen. Toch ziet Rodewald ook voordelen in deze werkzaamheden: op deze manier weet hij

wat er speelt bij de huurders en kan hij hier ook persoonlijk en snel naar kan handelen. 'Het voordeel dat je niet met teveel partners samenwerkt is dat je niet te stroperig werkt. Verkeerde besluiten zijn als ontwikkelaar, maar ook als beheerder vaak nog goedkoper dan uitstel' volgens Rodewald.



[3]



[4]

Stadhuisplein Rotterdam

Aan de Coolingsingel, naast het oude Luxortheater, ontwikkelt MAB aan het Stadhuisplein het project Spinoza. Met de herontwikkeling van de bestaande Generale Bank en sloop/nieuwbouw van het Spinozahuis worden er 25.000 m² aan retail, horeca, kantoren en woningen gerealiseerd. Allies and Morrison Architects ontwerpen het plan welke naar verwachting in 2014 zal worden opgeleverd.

Ook bij dit project is het belang van een goed ontwerp groot. Rodewald: 'De vraag blijft altijd: welke uitstraling wil je? In Rotterdam is er door Allies and Morrison niet voor een schreeuwerige 'retaildoos' gekozen, maar voor een naorlogse ritmiek die goed aansluit op de omgeving en het stedelijk weefsel.' De oude bank is van binnen helemaal gesloopt waarna een volstrekt nieuwe indeling gemaakt kon worden. Dit moest omdat de oude hoogtes van het kantoorgebouw praktisch onverhuurbaar zouden zijn voor retail. In de nieuwe situatie is er 1 etage waar er vroeger 2 waren. De oude gevel is wel deels in stand gehouden waardoor je door de oude ramen nu tegen nieuwe verdiepingen aankijkt. 'We creëren feitelijk een nieuw gebouw dat wel op de oude uitstraling aansluit, net zoals de nieuwe - iets grotere en modernere - Mini Cooper', aldus Rodewald [5].

“

Een verkeerde beslissing is vaak nog goedkoper dan uitstel

Mooie spullen bouwen is duur, legt Rodewald uit, maar wel beter verhuurbaar. Zo loopt het contract met de grootste verhuurder Saturn voor 10 jaar, wat eigenlijk dus een duurzaam concept is. Het mediaconcern huurt maar liefst 10.000 m², en is naast de directe huurinkomsten erg belangrijk om als trekker en eyecatcher voor dit gebied te fungeren. Rodewald: 'Tijdloze waardes als een goede plek en een goed gebouw zullen altijd goed huurders aantrekken.'



[5]